

**STRATEGI PENGELOLA USAHA KREATIF DALAM  
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT  
DI DESA WISATA CEMPAKA**



**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
2026**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nur Anwar Muqhits

NIM : 224110104067

Jenjang : S-1

Fakultas : Dakwah dan Saintek

Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Strategi Pengelola Usaha Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Wisata Cempaka** secara keseluruhan merupakan hasil penelitian dan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka sebagai sumber rujukan.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila di kemudian hari terdapat keliruan, maka saya siap mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 5 Maret 2026

Menyatakan,



Nur Anwar Muqhits  
NIM. 22411010406



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRIPURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH**

Jalan Jenderal A. Yani No. 40 Purwokerto 53126 Telepon  
(0281) 635624, Faksimili (0281) 636553  
www.dakwah.uinsaizu.ac.id

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul:

**STRATEGI PENGELOLA USAHA KREATIF DALAM  
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI DESA  
WISATA CEMPAKA**

Nama : Nur Anwar Muqhits  
NIM : 224110104067  
Jenjang : Sarjana Strata Satu  
Fakultas : Dakwah  
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam  
Telah diujikan pada tanggal 15 April 2026 pada sidang Dewan Penguji  
Skripsi dan dinyatakan diterima sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Purwokerto, 20 April 2026

Ketua Sidang/ Pembimbing,  
Sidang/Penguji,

Asep Amaludin, M. Si.  
NIP. 19860717201903 1 008

Sekretaris

Alfi Nur'aini, M. Ag.  
NIP. 19920730201908 2 001

Penguji Utama,

Dr. Aris Saefulloh, M. A.  
NIP. 19790125200501 1 001

Mengetahui, Dekan



Dr. Muskinul Fuad, M. Ag.  
NIP. 19741226200003 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS DAKWAH DAN SAINTEK  
Alamat : Jalan MT. Haryono, Kelurahan Karangsentul, Kecamatan Padamara, Kabupaten  
Purbalingga, Jawa Tengah 53322

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof KH Saifuddin Zuhri Purwokerto

di - Purwokerto

*Assalamu'alaikum. Wr. Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penelitian skripsi dari :

Nama : Nur Anwar Muqhits

NIM : 224110104067

Jenjang : S-1

Prodi : Pemberdayaan Masyarakat Islam

Fakultas : Dakwah

Judul : STRATEGI PENGELOLA USAHA KREATIF DALAM  
MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI  
DESA WISATA CEMPAKA

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut telah dapat diserahkan kepada Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos). Mohon atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih

*Wassalamu'alaikum. Wr. Wb*

Purwokerto, 18 April 2026

Pembimbing

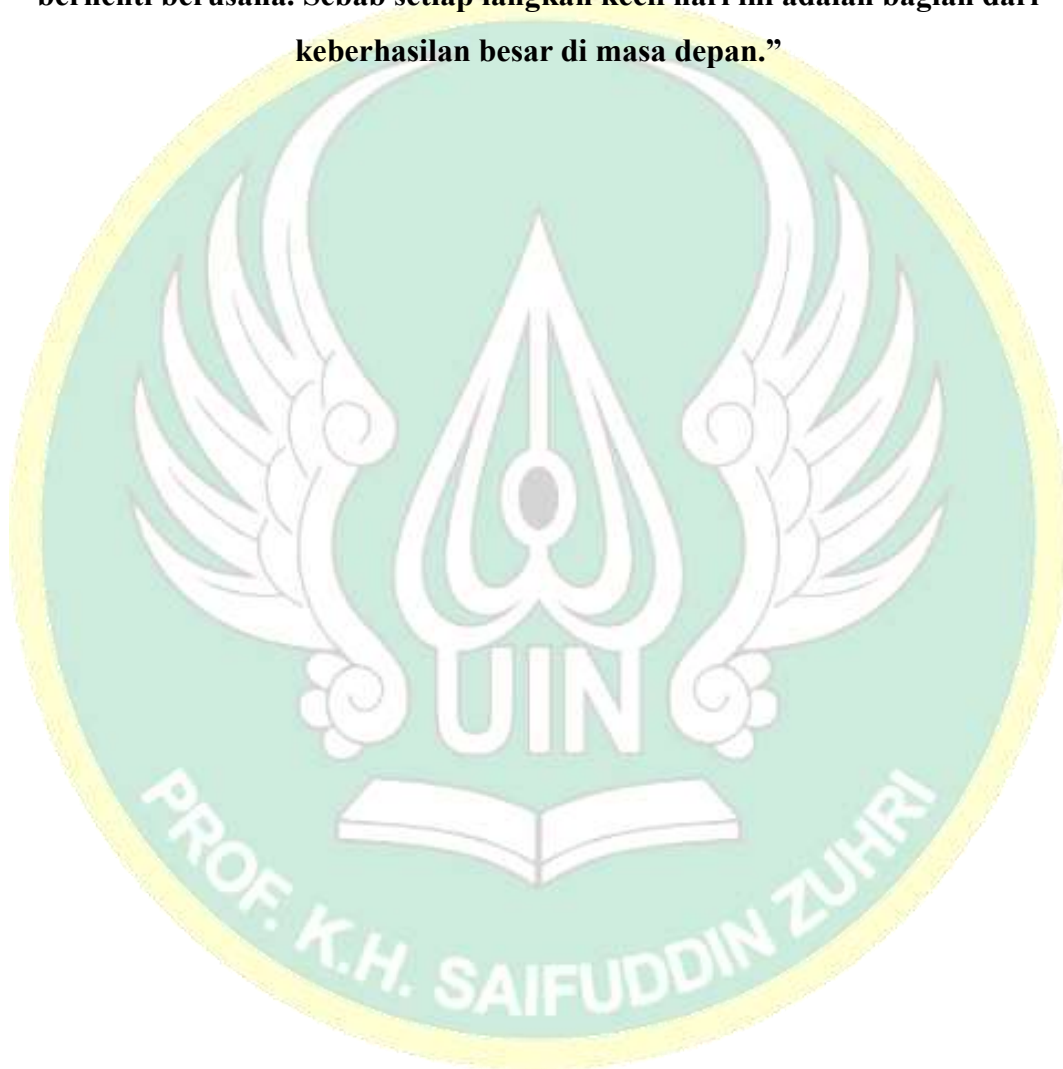
Asep Amaludin, M.Si

NIP. 198607172019031008

## MOTTO

**“Barang siapa bersungguh-sungguh, maka sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri.” Qs- Al-Ankabut: 6**

**“Tidak ada perjuangan yang sia-sia, selama kita tetap berjalan dan tidak berhenti berusaha. Sebab setiap langkah kecil hari ini adalah bagian dari keberhasilan besar di masa depan.”**



## PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi keilmuan, khususnya dalam bidang Pengembangan Masyarakat Islam. Dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayah penulis, UU ZAENAL MUKAROM, sosok yang tak pernah lelah berjuang dalam diam. Terima kasih atas setiap tetes keringat, waktu, dan pengorbanan yang tak terhitung nilainya. Engkau adalah alasan penulis tetap bertahan ketika keadaan terasa berat. Sebab sejatinya, cinta seorang ayah tidak selalu terucap, namun selalu terasa dalam setiap langkah yang kita pijak.
2. Ibu tercinta, BARIYAH (Almh) yang kehadirannya kini hidup dalam doa dan kenangan. Karya ini penulis persembahkan sebagai wujud bakti dan rasa terima kasih atas kasih sayang, doa, serta pengorbanan yang tak pernah terbalas. Karena sesungguhnya, doa seorang ibu tidak pernah terputus, bahkan ketika raganya telah tiada. Semoga Allah SWT menempatkan Ibu di tempat terbaik di sisi-Nya.
3. Kepada seluruh rekan seperjuangan dalam penyusunan skripsi, yang telah menjadi ruang berbagi, tempat bertumbuh, dan penguat di setiap proses.
4. Alfina Dwi Raraswati, yang selalu menemani proses, memberikan dukungan, semoga selalu diberikan kebersamaan dalam setiap langkahnya.
5. Teman-teman seperjuangan, terkhusus PMI B angkatan 2022, teman-teman HMPS PMI Periode 2023, teman-teman PPL Dinas Pemberdayaan Masyarakat Purbalingga, teman-teman KKN Kelompok 23 Desa Karangpule, Keluarga 5C yang sudah memberikan warna cerita yang berbeda pada setiap pertemuannya.

# STRATEGI PENGELOLA USAHA KREATIF DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI DESA WISATA CEMPAKA

Nur Anwar Muqhits

224110104067

Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

## ABSTRAK

Pengembangan sektor pariwisata berbasis ekonomi kreatif merupakan salah satu strategi pemerintah dalam meningkatkan pendapatan, memperluas kesempatan kerja, dan mendorong kesejahteraan masyarakat sebagaimana tercantum dalam Instruksi Presiden Nomor 9 Tahun 1969 dan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa. Implementasi kebijakan tersebut terlihat di Desa Wisata Cempaka, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal melalui Program Pasar Slumpring yang digagas oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Program ini dilatarbelakangi oleh kondisi desa yang menghadapi perputaran ekonomi rendah, terbatasnya lapangan pekerjaan, tingginya urbanisasi, serta ketergantungan pada remitansi yang menjadikan desa tergolong tertinggal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui Pasar Slumpring serta dampaknya terhadap perubahan sosial dan ekonomi warga. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi pengurus Pokdarwis, pedagang, dan pengunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan mencakup penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan sosialisasi, pemanfaatan potensi lokal berbasis bambu sebagai sarana infrastruktur dan alat transaksi (koin irat), serta penerapan strategi pemasaran melalui diferensiasi produk dengan konsep pasar tradisional bernuansa budaya yang rutin diselenggarakan setiap hari Minggu.

Dalam pelaksanaannya, program ini tidak terlepas dari berbagai kendala, seperti penolakan sebagian masyarakat, lemahnya sinergi antar pihak, konflik dengan Perhutani, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta penurunan jumlah pengunjung. Meskipun demikian, upaya pengembangan terus dilakukan melalui kerja sama lintas pihak, peningkatan fasilitas, dan penguatan kapasitas masyarakat. Dampak positif yang dihasilkan antara lain peningkatan pendapatan, terbukanya lapangan kerja, serta membaiknya kesejahteraan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata tidak hanya bergantung pada potensi yang dimiliki, tetapi juga pada strategi pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan dan tepat sasaran.

**Kata Kunci:** Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat, Pasar Tradisional, Ekonomi kreatif

**STRATEGIES OF CREATIVE BUSINESS MANAGEMENT IN  
IMPROVING COMMUNITY WELFARE IN CEMPAKA TOURISM  
VILLAGE**

**Nur Anwar Muqhits**

**224110104067**

*Islamic Community Development Study*

*Faculty of Da'wah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

Developing a creative economy-based tourism sector is one of the government's strategies to increase income, expand employment opportunities, and promote community welfare, as stipulated in Presidential Instruction Number 9 of 1969 and Law Number 6 of 2014 concerning Villages. The implementation of this policy is evident in Cempaka Tourism Village, Bumijawa District, Tegal Regency, through the Slumpring Market Program, initiated by the Tourism Awareness Group (Pokdarwis). This program was motivated by the village's low economic turnover, limited employment opportunities, high urbanization, and dependence on remittances, which have left it classified as underdeveloped.

This study aims to examine the strategy for improving community welfare through the Slumpring Market and its impact on social and economic change in residents. A qualitative descriptive approach was used, with data collection techniques including observation, in-depth interviews, and documentation. Informants in this study included Pokdarwis administrators, vendors, and visitors. The research results indicate that the implemented strategies included strengthening human resource capacity through training and outreach, utilizing local bamboo-based potential as infrastructure and a means of transaction (irat coins), and implementing a marketing strategy through product differentiation with a traditional market concept with cultural nuances held regularly every Sunday.

The program's implementation was not without challenges, such as community resistance, weak synergy between stakeholders, conflicts with Perhutani, low human resource quality, and declining visitor numbers. Despite this, development efforts continued through cross-stakeholder collaboration, facility improvements, and community capacity building. Positive impacts include increased income, job creation, and improved community well-being. These findings demonstrate that the success of tourism village development depends not only on existing potential but also on sustainable and targeted community empowerment strategies.

**Keywords:** Improving Community Welfare, Traditional Markets, Creative Economy

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita haturkan kehadirat Allah SWT., yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-nya kepada kita semua sehingga penulisan skripsi dengan judul **“Strategi Pengelola Usaha Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Wisata Cempaka”** ini dapat terselesaikan dengan lancar. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Sholawat dan salam senantiasa kita curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, semoga kita semua mendapatkan syafa'at-nya di hari akhir kelak. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari tanpa bimbingan, arahan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun tidak langsung sangat membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, peneliti menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Muskinul Fuad, M.Si., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Ahmad Muttaqin, M.Si., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah.
3. Dr. Alief Budiyo, M.Si., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah.
4. Dr. Nawawi, M. Hum., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah.
5. Agus Sriyanto M.Si., Ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah, Sekaligus Dosen Penasihat Akademik yang banyak membantu peneliti, memberikan arahan dan berbagi pengalaman selama proses perkuliahan.
6. Imam Alfi M.Si, Selaku sekretaris Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah
7. Asep Amaludin M.Si., Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi yang akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Staf Administrasi UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu dan memberikan pelayanan terbaik selama peneliti menempuh studi di kampus.

9. Abdul Khayyi, selaku Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan menyediakan waktunya untuk berdiskusi dengan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Segenap Pengelola Pasar Slumpring, Pedagang, dan masyarakat. Atas kerja sama dan dukungannya kepada peneliti untuk bisa menyusun skripsi ini.
11. Seluruh keluarga besar, skripsi ini saya persembahkan dengan rasa cinta dan terimakasih yang mendalam. Semoga skripsi ini dapat menjadi simbol apresiasi kepada kalian atas segala yang telah diberikan.
12. Teman-teman Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam angkatan 2022, khususnya kelas PMI B, yang telah menjadi sahabat selama menjalani masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi di Tengah suka dan duka selama masa studi ini.
13. Terima Kasih kepada diri sendiri atas segala usaha dan keteguhan dalam menjalani setiap tantangan sepanjang perjalanan perkuliahan hingga akhirnya berhasil menyelesaikan skripsi ini. Dengan bangga, karya ini saya persembahkan untuk diri sendiri sebagai bukti bahwa setiap langkah yang penuh rintangan pada akhirnya akan membawa kita sampai pada tujuan.

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini banyak sekali kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bukan hanya bagi peneliti, tapi juga bermanfaat bagi segala pihak yang membaca.

Purwokerto, 05 April 2026

Peneliti



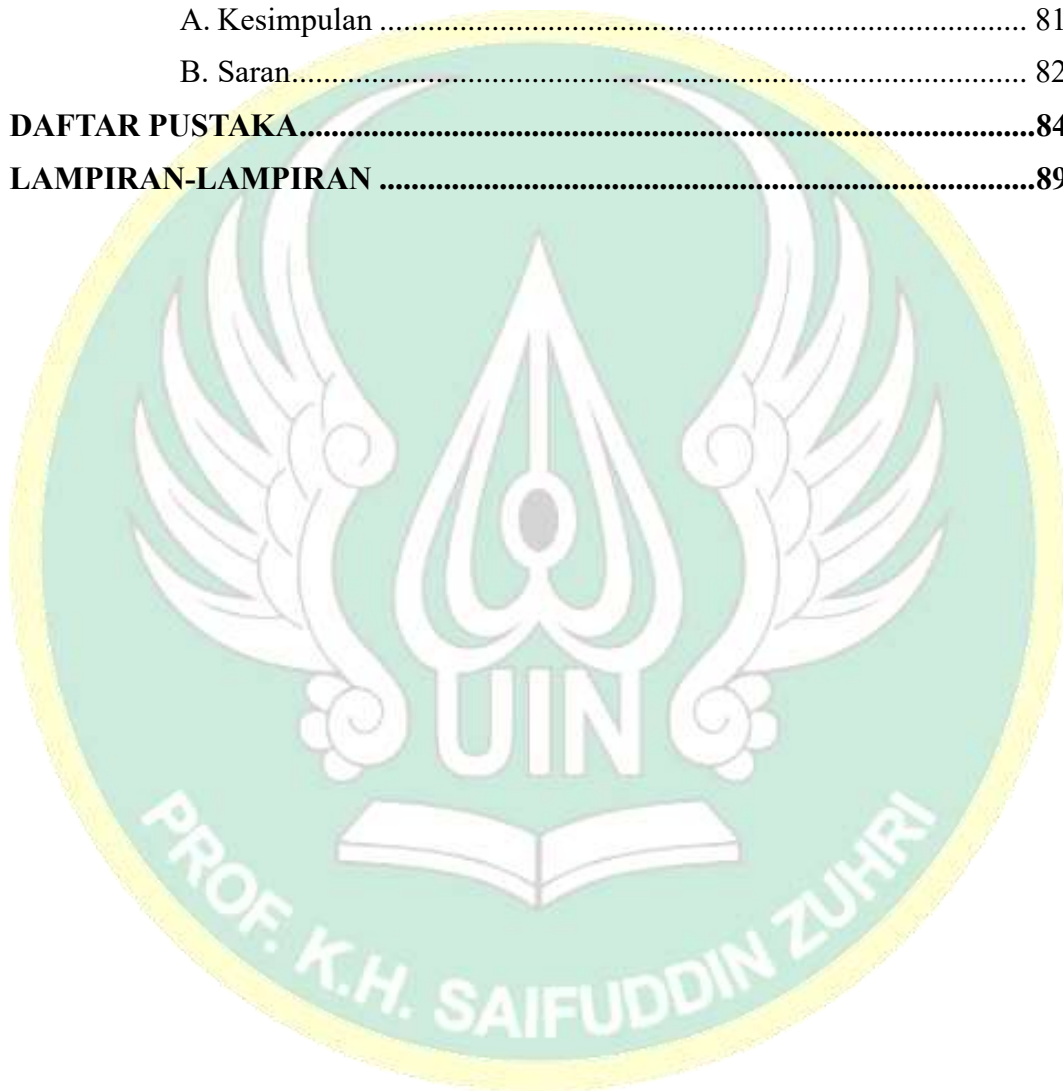
Nur Anwar Muqhits

NIM. 224110104067

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Penegasan Istilah.....	9
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian .....	11
F. Kajian Pustaka.....	12
G. Sistematika Pembahasan .....	21
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>23</b>
A. Teori Strategi Pembangunan .....	23
B. Teori Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat .....	26
C. Teori Ekonomi Kreatif .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	40
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	41
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	41
D. Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data .....	43
F. Teknik Analisis Data .....	44
<b>BAB VI PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>

A. Gambaran Umum Desa Cempaka.....	48
B. Bentuk dan Kegiatan Usaha Ekonomi Kreatif di Desa Wisata Cempaka.....	54
C. Penyajian Data Penelitian .....	57
D. Analisis Hasil dan Pembahasan Penelitian .....	80
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>81</b>
A. Kesimpulan .....	81
B. Saran.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>89</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung.....	6
Table 1.2 data Pendapatan.....	7



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata di Indonesia menjadikan aset yang sangat berharga sebagai langkah perkembangan perekonomian, infrastruktur, serta sumber daya manusia sesuai Instruksi Presiden no 9 tahun 1969 yang membahas "pembangunan sektor pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendapatan adat dan masyarakat umumnya".<sup>1</sup> Dalam pasal 4, pariwisata di Indonesia memiliki ciri pengembangan dengan pelestarian alam yang dikolaborasikan dengan budaya yang menjadi daya tarik utama, prinsip pembangunan pariwisatanya meliputi penyediaan alat transportasi, akomodasi, serta pelayanan wisata, mempromosikan pariwisata didalam maupun luar negeri, serta penguatan konektivitas, hal tersebut dikuatkan oleh intruksi Presiden yang berpendapat bahwa perkembangan pariwisata di Indonesia dengan berbasis keunggulan lokal, berlandaskan ekonomi rakyat, berwawasan lingkungan, terintegrasi, serta promosi digital.

Melalui pariwisata peningkatan perekonomian di Indonesia terus diupayakan untuk bersaing di dalam pasar negeri maupun luar negeri, pertumbuhan ekonomi yang masih timpang, dan masih sangat rentan bergejolak, harus diatasi dengan memaksimalkan perekonomian kreatif.<sup>2</sup> perwujudan Ekonomi Kreatif yaitu suatu usaha yang bermodalkan kreatifitas yang terbangun oleh masyarakat sekitar untuk menciptakan suatu hal baru maupun menginovasi produk atau usaha agar mampu bernilai jual serta branding yang mampu bersaing dipasar luas, agar mampu menjadi usaha dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Pengembangan ekonomi kreatif mampu menjadi salah satu trobosan untuk peningkatan perekonomian di Indonesia,

---

<sup>1</sup> Sayogi, Karina Wulan, and Argyo Demartoto, "Pengembangan Pariwisata Bahari", *Journal of Development and Social Change* vol.1.1, (Februari 2018):25.

<sup>2</sup> Kustanto, "Pariwisata Sebagai Salah Satu Upaya Memperoleh Devisa Bagi Pemerintah Indonesia." *Qistie* vol.12.1 2019.

bentuk dari perekonomian kreatif berupa tersedianya peluang tenaga kerja, peningkatan pendapatan keluarga, bahkan peningkatan citra wilayah, ekonomi kreatif diharapkan mampu membentuk kreatifitas yang memiliki nilai jual tinggi, termasuk dari nilai ekonomis, serta kontribusinya bagi peningkatan perekonomian, tentunya hal ini harus menuntut kualitas sumber daya manusia yang bermutu, adanya peningkatan kualitas sdm dapat meraih keseimbangan pada persaingan daerah.

Kondisi Masyarakat Desa Cempaka tidak memiliki kemampuan untuk memanfaatkan potensi mereka sepenuhnya, yang mengakibatkan rendahnya aktivitas perputaran ekonomi. Ketidakmampuan masyarakat untuk mengoptimalkan perekonomian menyebabkan rendahnya pendapatan yang diperoleh, yang mengakibatkan rendahnya penghasilan masyarakat. Kemiskinan dalam hal ini dikenal sebagai "kausalitas", yaitu kondisi rendahnya pendapatan perkapita yang menimbulkan kemiskinan.<sup>3</sup> Rendahnya aktivitas perekonomian di masyarakat dapat menyebabkan rendahnya produktivitas dan pendapatan yang diterima, yang pada gilirannya dapat menyebabkan kemiskinan Hal ini menyebabkan tingkat Kesejahteraan Masyarakat didesa cempaka rendah, bahkan tergolong masyarakat tertinggal karena tingkat pembangunannya yang rendah dan masih sulitnya mencukupi kebutuhan pokok sehari-hari, hal ini di perburuk karena kurangnya motivasi dari masyarakat seperti yang diutarakan oleh Oscar Lewis mengungkapkan bahwa nilai-nilai dan kebudayaan yang dipegang oleh kelompok miskin berkontribusi pada masalah kemiskinan.<sup>4</sup>

Melihat pandangan diatas keadaan masyarakat desa cempaka bisa digolongkan dalam kemiskinan kultural, hal ini disebabkan karena pola fikir, serta kebiasaan masyarakat yang menghambat kemajuan ekonomi, hal ini disebabkan karena ketidakmampuan mengelola sumber daya alam secara

---

<sup>3</sup> Chatra, Afdhal, et al, Potensi Dan Sektor Unggulan Ekonomi Desa, Yogyakarta-Indonesia, PT. Star Digital Publishing, 2025.

<sup>4</sup> Lewis, O, Kisah Lima Keluarga: Telaah-Telaah Kasus Orang Meksiko Dalam Kebudayaan Kemiskinan. Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia.2018)

produktif, mayoritas masyarakat yang berprofesi tidak menetap atau musiman seperti buruh tani, pekerja bangunan, serta budaya kemalasan untuk berinovasi, menciptakan keterampilan, serta tidak memiliki motivasi untuk keluar dari kemiskinan, hal tersebut disebabkan karena penurunan pola pikir yang diwariskan turun-temurun, rendahnya tingkat pendidikan, serta minimnya akses informasi dan teknologi.

Pada dasarnya, desa seharusnya memiliki potensi yang dapat dikembangkan, namun beberapa desa tidak mampu mengoptimalkan potensi tersebut, sehingga diperlukan regulasi untuk membantu mengoptimalkan potensi tersebut, salah satunya melalui UU Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa sebagai pedoman untuk pembangunan desa wisata sebagai peningkatan perekonomian warga pemanfaatan potensi alam hingga Peningkatan angka kesejahteraan.<sup>5</sup> Melalui banyaknya potensi yang ada, dinas pariwisata memberikan SK untuk mendirikan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) pada tahun 2012 yang diketuai oleh Bapak Abdul Khayyi, Desa Wisata ini diberikan atas bentuk usaha dalam menghadapi permasalahan kesejahteraan yang terjadi di Desa Cempaka, dengan mayoritas penduduk tidak memiliki penghasilan tetap, dengan mayoritas masyarakat berprofesi sebagai petani, pekerja proyek yang penghasilannya tidak menentu atau tidak tetap, maka mayoritas masyarakat memilih merantau untuk memenuhi kebutuhan keluarganya, hal ini menjadi ancaman bagi pemerintah desa cempaka karena tidak mampu menyediakan ruang tumbuh dan penghidupan yang layak bagi warganya,

Dengan terselenggarakannya program Festival Bumijawa di desa cempaka ini Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) mengalami perkembangan yang sangat pesat, dengan berdirinya 4 bidang baru yang mengelola berbagai potensi seperti Bidang Potensi Tuk Mudal, Bidang Program Pasar Slumpring, Bidang Bukit Baper Cempaka (BBC), dan Bukit Diatas Awan, selain bidang tersebut program Pokdarwis bukan hanya mengelola wisata tersebut, terdapat

---

<sup>5</sup> Hermawati, Nety. "Implementasi Undang-Undang Desa Nomor 6 Tahun 2014 Dalam Pengelolaan Dana Desa," *Istinbath: Jurnal Hukum* vol.16.1, 2016.

pula program, keseluruhan program terwujud dengan menyajikan konsep ekonomi kreatif yang diciptakan karena keterbatasan anggaran, dan memanfaatkan potensi yang melimpah, serta mengangkat kreatifitas masyarakat.

Upaya yang dilakukan salah satunya pengembangan Sumber daya Manusia dengan melakukan pelatihan serta sosialisasi tentang kepariwisataan bentuk programnya seperti ( pelatihan pembuatan produk dari pohon bambu, Pelatihan yang diselenggarakan dinas pariwisata, perhotelan di wilayah guci,dsb), melalui komunitas pabrik bambu, Pokdarwis juga menyediakan pelatihan untuk membuat kerajinan bambu, tetapi untuk souvenir tidak dipasarkan setiap minggu, karena masyarakat desa jika menjual produk tidak laku tidak mampu bersabar, biasanya produk ini dibuat ketika ada permintaan salah satunya untuk perlombaan, kenang-kenangan, serta permintaan konsumen lainnya, salah satu jenis promosi yang diterapkan adalah pembuatan paket kegiatan yang biasanya di promosikan ke perhotelan, serta sekolah yang ingin menyelenggarakan kegiatan di Desa Cempaka.

Salah satu program yang masih terus dikelola sebagai langkah mengatasi permasalahan perekonomian yaitu program Pasar Slumpring, yang dirilis pada awal tahun 2016, dengan kepengurusan awalnya berjumlah 15 sampai 20 orang, melalui pemanfaatan potensi Tuk Mudal yang berupa sumber mata air yang dimanfaatkan masyarakat untuk kegiatan sehari-hari, Pokdarwis menyajikan konsep ekonomi kreatif berupa wisata kuliner yang bernuansa tempo tradisional keunikan yang terdapat di pasar slumpring salah satunya cara transaksi pembayarannya menggunakan koin bambu (irat), serta para pedagang yang dikonsep oleh masyarakat setempat dengan menyajikan budaya serta menjual makanan tradisional berupa kue cukit, gemblung, awul-awul, nasi jagung, kue putu, serta kreasi masyarakat lokal, selain makanan tradisional dan alat transaksi yang berupa irat, terdapat inovasi program baru berupa pembukaan zona permainan tradisional seperti permainan egrang, gobak sodor, panggalan, yang bertujuan untuk mempertahankan kebudayaan yang saat ini

sudah mulai tergeserkan, inovasi program ini turut mendorong adanya program Pasar Tradisional sebagai warisan budaya yang terus dilestarikan.

Program ini banyak mengalami kendala salah satunya penolakan dari tokoh agama yang mengkhawatirkan akan terjadinya kerusakan lingkungan, serta banyaknya bangunan untuk dijadikan penginapan yang dapat menghilangkan budaya asli, serta dijadikan tempat prostitusi, pada saat perintisan sulitnya menggandeng pihak manapun dikarenakan keraguan akan program tersebut dapat berjalan, bahkan pada saat diresmikan pada tahun 2016 jumlah pedang yang mau diajak kerjasama hanya berjumlah 5 pedagang, banyaknya penolakan dari pedagang diakibatkan karena kondisi lingkungan pasar slumpring yang tidak memiliki daya tarik, menurut data laporan pendapatan pada saat pembukaan program pasar slumpring pendapatan yang diperoleh dalam 1 bulan sejumlah 1,6 juta dimana 1 bulannya mendapatkan 350 ribu, dari jumlah pengunjung 30-50 orang perminggunya data tersebut bukan pendapatan per pedagang namun jumlah keseluruhan, bila di total keuntungan yang didapatkan masing-masing pedagang memperoleh keuntungan dalam satu bulan berjumlah 50 ribu per pedagang.

Seiring berjalannya program pokdarwis berinisiatif untuk melakukan peningkatan program yaitu dengan melakukan promosi dengan pihak sekolahan yang berkeinginan untuk menyelenggarakan kegiatan Outdoor, hal ini didukung pula dengan dibentuknya akun social media seperti Instagram, Tiktok, Youtube desa wisata untuk mendukung program tersebut, selain promosi diatas pokdarwis sangat terbuka kepada universitas yang ingin melakukan pengabdian masyarakat, dengan adanya mahasiswa tentunya akan meningkatkan kualitas SDM, Ini dibuktikan dengan banyaknya perkembangan wisata yang memang saat ini diperlukan seperti pengelolaan secara digital marketing untuk peningkatan kenyamanan para pengunjung serta kemudahan dalam pengarsipan data, dengan promosi yang menarik banyak wisatawan yang berkunjung bahkan program ini mampu menjadi penopang perekonomian masyarakat terbukti banyaknya penjual dari luar daerah yang menjual

dagangannya di pasar slumpring ini dengan jumlah 70-80 pedagang, sedangkan didalam area pasar slumpring ini hanya diperuntukan untuk masyarakat cempaka saja dengan jumlah 30-60 pedang.

Peningkatan pengunjung yang semakin meningkat setiap tahunnya, mengakibatkan kekurangannya personil untuk mengelola program ini maka pokdarwis mengambil keputusan untuk memperkerjakan para keluarga dari pedagang untuk ikut andil mengelola pasar slumpring, puncak kenaikan pengunjung terjadi pada tahun 2018 yang berdampak pada tidak adanya akses lahan parkir, terbatasnya akses lahan pasar, serta koin untuk transaksi (irat) yang masih dipegang oleh pembeli belum ditukarkan.

*Tabel 1 1 Data Pengunjung<sup>6</sup>*

BULAN	2022	2023	2024
JANUARI	2470	1840	1060
FEBRUARI	1255	1351	1097
MARET	790	410	507
APRIL	2020	690	1900
MEI	1820	940	1283
JUNI	1970	875	1471
JULI	1550	1530	1651
AGUSTUS	1305	587	1024
SEPTEMBER	1425	790	1817
OKTOBER	1115	1130	1526
NOVEMBER	2060	975	1048
DESEMBER	4795	1411	1270

Sumber: Laporan pendapatan dan jumlah pengunjung pasar slumpring pokdarwis desa cempaka Bumijawa Tegal

---

<sup>6</sup> Laporan jumlah pengunjung pasar slumpring pokdarwis desa cempaka Bumijawa Tegal

Menurut data diatas pengunjung dengan rata-rata perbulan 1.882 orang per bulan hal ini sangat positif bila dibandingkan saat melakukan perintisan, perekonomian masyarakat sangat terbantu dengan adanya program ekonomi kreatif ini dari yang biasanya hanya menunggu nafkah dari kepala keluarga yang mayoritas bekerja sebagai tukang bangunan di luar kota setiap bulannya namun sekarang memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, Keuntungan ini mampu dirasakan oleh seluruh masyarakat desa cempaka mulai dari banyaknya pembukaan warung, transaksi bri link, bahkan para tokoh agama, serta para anak yatim & piatu yang diberikan santunan dari hasil keuntungan Pasar Slumpring ini.

Dengan adanya peningkatan wisatawan tentunya menambah pemasukan bagi masyarakat desa cempaka, hal ini dibuktikan dengan perbandingan data awal perintisan dengan pendapatan pada satu tahun terakhir, sebagai berikut:

Table 1.2 data Pendapatan

BULAN	2018	2025
Maret	Rp. 1.620.000	Rp.16.688.000
April	Rp. 3.600.000	Rp. 67.695.000
Mei	Rp. 2.250.000	Rp. 43.226.000
Juni	Rp.18.700.000	Rp. 70.624.000
Juli	Rp.30.000.000	Rp. 60.878.000
Agustus	Rp. 27.900.000	Rp. 55.047.000
September	Rp. 27.100.000	Rp. 62.458.000
Oktober	Rp. 28.950.000	Rp. 65.470.000
November	Rp. 47.700.000	Rp. 86.056.000
Desember	Rp. 97.000.000	Rp. 75.988.000
Total:	Rp. 285.020.000	Rp.604.130.000

Sumber: Laporan Pendapatan Pasar Slumpring Pokdarwis Desa cempaka Bumijawa tegal.

Data di atas menunjukkan peningkatan penghasilan yang didapatkan melalui program pasar slumpring, program ini bukan hanya mampu

mengentaskan kemiskinan, hasil yang sangat positif dialami oleh seluruh masyarakat desa cempaka yang awalnya menolak program tersebut, desa terancam karena derasnya urbanisasi yang mengakibatkan hilangnya usia produktif, bahkan perintisan dengan keuntungan satu bulan Rp.50.000 per pedagang, kini mampu diminimalisir dengan adanya program pasar slumpring tersebut, dampak positif sangat banyak dirasakan oleh masyarakat terbukanya lowongan kerja, peningkatan aktifitas ekonomi, berdirinya kios, penurunan angka urbanisasi, serta mampu menjadi sumber penghasilan tetap bagi masyarakat, bahkan pendapatan pedagang dalam satu bulan mampu mencapai 1,6 juta, bahkan dengan keberadaan program ini mampu mencukupi kebutuhan pokok dalam 1 minggu kemudian, strategi pasar slumpring yang diadakan setiap hari minggu menjadi strategi branding karena untuk menjaga daya Tarik wisatawan. Peningkatan yang sangat fantastis mampu dirasakan oleh masyarakat sekitar, tentunya program ekonomi kreatif ini mampu meningkatkan angka kesejahteraan masyarakat desa cempaka.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti akan menganalisis lebih dalam mengenai 'Strategi pengelola usaha kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di desa wisata cempaka' sebagai langkah untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan melalui program pasar slumpring di desa wisata cempaka. Penelitian ini sangat penting dilakukan agar mampu menjadi contoh diberbagai desa lain untuk memanfaatkan potensi yang ada disekitar, mampu menjadi acuan bagi pengembangan perekonomian karena program ekonomi kreatif relatif hanya bertahan selama 3-12 bulan seperti di pasar kunalereng banyumas, kampung tudung di kebumen, namun program pasar slumpring ini mampu bertahan hingga 8 tahun, serta untuk mengedukasi masyarakat tentang potensi yang ada disekitar mereka agar mampu dioptimalkan dengan berbagai metode salah satunya metode Ekonomi Kreatif yang menyajikan konsep kreativitas serta mampu bekerja sama antar lembaga pemerintah dan komunitas masyarakat.

## B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman, peneliti akan memberikan definisi terhadap beberapa istilah yang berkaitan dengan konsep dalam penelitian ini:

### 1. Strategi Pembangunan

Menurut Amirulloh strategi merupakan rencana dasar yang luas untuk tindakan organisasi untuk mencapai suatu tujuan, rencana ini harus sesuai dengan kebijakan, program, dan Tujuan organisasi mencakup aspek lingkungan internal dan eksternal yang perlu diperhatikan secara menyeluruh. Menurut Serdamayanti, strategi merupakan suatu rencana jangka panjang yang disusun secara sistematis dan didukung oleh tindakan nyata guna mencapai tujuan tertentu. Rencana ini dirancang secara terpadu, menyeluruh, dan saling terhubung, sehingga mampu mengaitkan keunggulan strategis yang dimiliki perusahaan dengan berbagai tantangan yang muncul dari lingkungan sekitarnya, demi memastikan tercapainya tujuan utama organisasi secara efektif.

Dalam penelitian ini, "strategi" merujuk pada perencanaan Pokdarwis secara menyeluruh yang menguraikan tindakan apa yang harus dilakukan dalam merintis bahkan mengelola potensi program Pasar Slumpring, penelitian ini akan menggambarkan strategi dalam bentuk strategi manajemen penguatan kapasitas masyarakat, strategi investasi pembangunan, serta strategi pemasaran digital.<sup>7</sup>

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 tahun 2002, Strategi pengembangan digunakan sebagai wadah atau lokasi prosedur pengembangan. Pengembangan mandiri Merupakan suatu aktivitas dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan untuk meningkatkan fungsi, kegunaan, serta penerapan dari ilmu dan teknologi yang telah ada, atau untuk menciptakan dan mengembangkan teknologi yang baru.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Arianti, S. "Strategi Promosi Satu Harga Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari'ah Studi Kasus Toko Serba 35.000 Jl. Soekarno Hatta Kecamatan Metro Barat Kota Metro", (*Doctoral dissertation*, IAIN Metro, 2023).

<sup>8</sup> Teknologi, K. R. Undang Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002.

## 2. Peningkatan Kesejahteraan

Kesejahteraan merupakan suatu konsep yang memiliki kaitan dengan kualitas hidup kondisi ekonomi sosial dan psikologis individu maupun suatu kelompok dalam masyarakat, menurut David W Johnson kesejahteraan mencakup kondisi di mana individu atau suatu kelompok memiliki akses terhadap sumber daya yang bermutu agar terpenuhinya kebutuhan dasar seperti pangan, sandang, papan, Pendidikan, serta kesehatan, lalu Julian Rappaport berpendapat bahwa kesejahteraan mencakup peningkatan kontrol masyarakat terhadap kehidupan mereka dan lingkungan sekitar hal ini berfokus pada partisipasi aktif masyarakat dalam proses pengambilan keputusan sampai kesejahteraan bersama.<sup>9</sup> Menurut kedua pakar tersebut peningkatan kesejahteraan yang dilakukan oleh kelompok sadar wisata (pokdarwis), dengan menggunakan indikator kesejahteraan ekonomi, pendidikan, modal sosial, serta kesehatan hal ini juga didukung dengan beberapa fungsi kesejahteraan yaitu untuk pencegahan, penyembuhan, fungsi pengembangan, dan fungsi penunjang, dengan memanfaatkan potensi alam sebagai aset untuk menciptakan program pasar slumpring di desa wisata cempaka, agar menciptakan peluang perekonomian yang lebih besar, serta mampu menghidupi kebutuhan masyarakat sekitar dengan terbukanya lowongan pekerjaan baru untuk masyarakat sekitar.

## 3. Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif merupakan perwujudan bentuk usaha Ketika anggaran terbatas dan masyarakat dipaksa untuk berpikir kreatif untuk menciptakan sesuatu yang baru atau mengubah produk atau bisnis, ekonomi kreatif muncul sebagai desain usaha yang berpedoman pada kreativitas, salah satunya yang bersumber dari masyarakat sekitar. Tujuan dari ekonomi kreatif adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus

---

<sup>9</sup> Adam Smith, D. R., & Malthus, T.R, Konsep, Teori, Dan Paradigma. Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Membangun Kedaulatan Pangan (Gajah mada University Press.2023) Edisi Revisi, 7.

menghasilkan nilai tambah ekonomi, serta membangun citra dan daya saing produk agar mampu berkompetisi secara optimal di pasar.

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor ekonomi yang menekankan pada pemanfaatan ide dan pengetahuan yang terstruktur, dengan kreativitas manusia sebagai faktor utama dalam proses produksinya. Ekonomi kreatif muncul dari dasar ide yang dianggap baru, unik, dan kreatif, teori ekonomi kreatif berkembang karena motivasi masyarakat untuk menciptakan maupun memodifikasi produk dengan keterbatasan anggaran dan dilandasi oleh ide untuk menciptakannya., dalam hal ini bentuk ekonomi yang terjadi meliputi beberapa langkah seperti Kreatifitas, Inovasi, dan Penemuan.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah yang telah diuraikan secara sistematis sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pengelola Usaha Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Wisata Cempaka, Bumijawa, Tegal?
2. Bagaimana Implementasi Program Ekonomi Kreatif Di Pasar Slumpring Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Dan Perubahan Kondisi Sosial-Ekonomi Masyarakat Desa Wisata Cempaka, Bumijawa, Tegal?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan masalah, tujuan penelitian ini untuk:

1. Menganalisis Strategi Pengelola Usaha Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Yang Ada Di Desa Wisata Cempaka, Kec. Bumijawa, Kab. Tegal.
2. Menganalisis Implementasi Program Ekonomi Kreatif Di Pasar Slumpring Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Dan Perubahan Kondisi Sosial-Ekonomi Masyarakat Desa Wisata Cempaka, Bumijawa, Tegal.

### **E. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan sejumlah manfaat sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

Melalui pelaksanaan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat. sumbangsih rujukan untuk mata kuliah kesejahteraan sosial sebagai contoh langkah peningkatan kesejahteraan melalui pemanfaatan potensi alam serta mata kuliah Pengembangan Masyarakat yang berfokus pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui pengembangan sektor ekonomi kreatif.

### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan tentang proses peningkatan ekonomi masyarakat dengan berbasis ekonomi kreatif.
- b. Bagi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa masukan serta menjadi referensi dalam pengembangan program, sekaligus mendukung kemajuan inisiatif desa wisata.
- c. Bagi Mahasiswa, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang bagaimana ekonomi kreatif mampu mendukung peningkatan kesejahteraan pada mata kuliah kesejahteraan sosial serta kebutuhan akademik.

## F. Kajian Pustaka

Dalam beberapa sumber yang telah penulis temukan ini dapat memberi referensi yang berguna sebagai informasi pendukung yang berasal dari buku maupun karya ilmiah lain yang sudah dilakukan terlebih dahulu, ini berguna untuk dijadikan sebagai bahan rujukan karena relevan dengan penelitian ini, salah satu rujukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Irza Ardhian Haq dengan judul Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi di Desa Pekunden Kecamatan Banyumas Kabupaten Banyumas).<sup>10</sup> Penelitian ini berfungsi untuk

---

<sup>10</sup> Haq Muhammad Irza Ardhian. "Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekonomi," (*Skripsi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokertp* 2024).

menganalisis “Desa wisata menggunakan strategi pengembangan wisata cooper, yaitu daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan, terkait dengan ekonomi kreatif dengan menggunakan pendekatan pengembangan desa wisata berbasis ekonomi kreatif ini, yang bertujuan untuk meningkatkan identitas desa melalui branding dan promosi, Desa Wisata Pekunden secara langsung menjadi lebih populer dan menghasilkan peningkatan pendapatan bagi mereka yang mengelola daya tarik wisata desa pekunden. Kualitas hidup masyarakat desa juga meningkat sebagai hasil dari fasilitas homestay yang meningkat dan peningkatan pendapatan dan branding desa wisata.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rifki Hermawan dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran” skripsi UIN Raden Intan Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sungai Langka, Kecamatan Gedong Tataan, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung.<sup>11</sup> Proses tersebut mencakup pengelolaan ekonomi kreatif yang berbasis pada pemanfaatan sumber daya alam lokal di wilayah setempat. Kesamaan antara penelitian tersebut terletak pada pemanfaatan kreativitas masyarakat melalui pendekatan ekonomi kreatif sebagai upaya meningkatkan perekonomian masyarakat. Adapun perbedaannya terletak pada fokus kajian, di mana penelitian tersebut menitikberatkan pada kemandirian masyarakat yang dicapai melalui ekonomi kreatif, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis lebih berfokus pada strategi peningkatan ekonomi masyarakat melalui pengembangan ekonomi kreatif di Pasar Slumpring, Desa Wisata Cempaka, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal.

Ketiga, Penelitian yang dilaksanakan oleh Riska Fajrin Triwulandari dengan judul “Optimalisasi Circular Economy Melalui Sabun Eco-Enzyme

---

<sup>11</sup> Hermawan Ahmad Rifqi, “Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran”, (*Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018).

dalam Mewujudkan Ekonomi Kreatif di Bank Sampah Unit Asri BMP Jember.” Skripsi UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.<sup>12</sup> Penelitian ini berfungsi untuk menganalisis penerapan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan sabun berbasis eco-enzyme dalam upaya mengembangkan ekonomi kreatif di Bank Sampah Unit Asri BMP Jember. Persamaan dari penelitian ini terdapat pada metode penelitian yaitu Kualitatif Deskriptif dengan fokus penelitian pada Program Ekonomi Kreatif. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini terdapat pada pelaku pelaksana yaitu Pengurus Bank sampah Unit Asri Bmp, sedangkan penulis meneliti program Kelompok Sadar Wisata, perbedaan pada jenis usaha ekonomi kreatif yang dilakukan, dan waktu dan tempat Lokasi penelitian.

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Dikavia Selviana dengan judul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk (Studi pada UMKM Tiwul Kristal di Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Lampung Tengah)”. Disertasi IAIN Metro.<sup>13</sup> Penelitian ini berfokus untuk menganalisis pengembangan ekonomi kreatif melalui produksi tiwul kristal sebagai upaya meningkatkan daya tarik produk di Dusun 2 Binakarya Putra, Kecamatan Rumbia, Kabupaten Lampung Tengah. Persamaan dari penelitian ini adalah peningkatan ekonomi kreatif yaitu perekonomian dengan memanfaatkan potensi wilayah, bisa berupa budaya, makanan, maupun potensi alam. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini terdapat pada jenis pengembangan ekonomi kreatif melalui usaha kuliner, namun peneliti berfokus meneliti pengembangan ekonomi kreatif dengan program Pasar Slumpring di Desa Wisata Cempaka, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Fila Fitriani dengan judul “Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Kayu Kriya Ditinjau Dari Perspektif Etika Binis Islam (Studi kasus di Desa Wonosari Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur). Skripsi Penelitian ini

---

<sup>12</sup> Lelono, Asmoro, et al, "The Application of Composter Reactor Technology Using The Anaerobic Fermentation Method for Processing Organic Waste at a Residential Scale," *Jurnal Inovasi Sains dan Teknologi untuk Masyarakat*, vol: 2.2 2024, 79-90.

<sup>13</sup> Selviana, D. “Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk Studi Pada Umkm Tiwul Kristal Di Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Lampung Tengah,” (*Doctoral dissertation*, IAIN Metro 2023).

Bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran ekonomi kreatif dapat berfungsi sebagai pedoman dalam menghadapi perkembangan di era digital., ekonomi kreatif sangat penting karena dapat meningkatkan pendapatan, mendorong peningkatan perekonomian Indonesia, hal tersebut berlaku bagi wirausaha, UMKM, serta bisnis lainnya yang menerapkan metode ekonomi kreatif. Persamaan pada penelitian ini terdapat pada Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan dilakukan melalui inovasi desain produk baru, khususnya pada sektor seni kriya kayu, sebagai upaya untuk mendorong peningkatan pendapatan masyarakat pedesaan. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada ketidak tersediaannya pasar tradisional untuk memasarkan produk, Selain itu, perbedaan juga terletak pada lokasi serta waktu pelaksanaan penelitian.

Keenam, Penelitian yang dilaksanakan oleh Muhamad Farid- Al Fajar dengan judul "Dampak Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi Di Desa Dayehwangi Kecamatan Lemahsugih Kabupaten Majalengka" Skripsi IAIN Metro.<sup>14</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana program ekonomi kreatif mendorong pemberdayaan masyarakat, bagaimana program PKK membantu meningkatkan ekonomi masyarakat, dan bagaimana program PKK berdampak pada kehidupan masyarakat. Kesamaan dalam penelitian ini terletak pada fokus peningkatan ekonomi kreatif yang diarahkan pada pengembangan produk makanan ringan, Perbedaan dalam penelitian terletak pada upaya peningkatan ekonomi kreatif dilakukan oleh Kelompok Pkk, namun peneliti berfokus pada Strategi Kelompok Sadar Wisata penyelenggara Program Pasar Slumpring sebagai peningkatan ekonomi kreatif, serta perbedaan waktu dan Lokasi penelitian.

Ketujuh, Penelitian yang dilaksanakan oleh Rizky Amelia dengan judul "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Komunitas (Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta Komunitas Malang Creative

---

<sup>14</sup> Al-fajar, "Dampak Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi Di Desa Dayehwangi Kecamatan Lemahsugih Kabupaten Majalengka, (*Bachelor's thesis*, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023).

Fusion)” disertasi Universitas Brawijawa.<sup>15</sup> Penelitian ini bertujuan untuk Upaya yang dilakukan meliputi optimalisasi peran Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta pengembangan sumber daya manusia guna meningkatkan kualitas produk industri kreatif. Selain itu, dilakukan peningkatan inovasi dan jumlah tenaga fungsional dalam sektor industri kreatif, penguatan kualitas produk lokal, serta pelaksanaan sosialisasi terkait konsep kota kreatif. Di sisi lain, juga diupayakan penciptaan iklim persaingan usaha yang sehat dan berkeadilan bagi para pelaku industri kreatif. Persamaan pada penelitian ini terdapat pada peran komunitas untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan Upaya peningkatan ekonomi Kreatif. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada variasi lokasi dan waktu pelaksanaan, serta perbedaan subjek yang menjadi objek kajian penelitian.

Kedelapan, Penelitian yang dilakukan oleh Rike Putri Ruliana dengan judul “Dampak Pasar Kreatif Batu Serampok Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Kampung Batu Serampok Kecamatan Panjang Kota Bandar Lampung” disertasi IAIN Metro.<sup>16</sup> Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mengevaluasi dampak keberadaan pasar kreatif Batu Serampok terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat Kampung Batu Serampok, Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung. Kajian ini difokuskan pada kondisi aktual Pasar Ratu Empok sebagai representasi pasar kreatif yang berkembang saat ini. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji berbagai hambatan yang dihadapi dalam mengoptimalkan kontribusi pasar kreatif Batu Serampok terhadap peningkatan kesejahteraan para pedagang yang beraktivitas di Pasar Ratu Empok. Persamaan dari penelitian ini adalah pada objek penelitian yaitu pada jenis ekonomi kreatif berbentuk pasar tradisional, serta subjek yang sama yaitu sebagai langkah peningkatan kesejahteraan Masyarakat. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada aspek lokasi serta waktu pelaksanaan penelitian.

---

<sup>15</sup> Amelia, Rahma. “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Komunitas Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta Komunitas Malang Creative Fusion”, (*Doctoral dissertation*, Universitas Brawijaya, 2016).

<sup>16</sup> Ruliana, R. “Dampak Pasar Kreatif Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat, Studi Kasus: Kampung Batu Serampok, Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung”, (*Doctoral dissertation*, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2023).

Kesembilan, Penelitian yang dilakukan oleh Raveno Hikmah Indah Nur Rohman dengan judul “Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal di Pasar Kuna Lereng Desa Petir Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas.” Skripsi UIN Walisongo.<sup>17</sup> Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis peran kearifan lokal di Pasar Kuna Lereng dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mengkaji kontribusi kearifan lokal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Petir, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas. Persamaan dari penelitian ini adalah pada subjek penelitian yaitu peningkatan kesejahteraan, serta program yang diteliti yaitu model peningkatan ekonomi kreatif, yang menyajikan kearifan budaya local. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada objek kajian, yaitu Pasar Kuna Lereng yang berlokasi di Desa Petir, Kecamatan Kalibagor, Kabupaten Banyumas, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada program Pasar Slumpring di Desa Cempaka, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal. Selain itu, perbedaan juga mencakup waktu pelaksanaan penelitian.

Kesepuluh, Penelitian yang dilakukan oleh Nur Hidayat (2019), dengan judul penelitian “Upaya Peningkatan Kesejahteraan Sosial Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus di Desa Jetis, Kecamatan Nusawungu, Kabupaten Cilacap)” skripsi UIN Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat melalui pengembangan Desa Wisata Karangbanar yang berlokasi di Desa Jetis, Kecamatan Nusawungu, Kabupaten Cilacap. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat telah tercapai, namun belum optimal, terutama dalam aspek mental seperti pendidikan, serta aspek fisik seperti kebersihan lingkungan. Selain itu, pengembangan desa wisata yang dilakukan belum sepenuhnya selaras dengan teori pengembangan desa wisata yang dikemukakan oleh Made Antara dan I Nyoman Sukma Arinda, karena belum adanya pelaksanaan program pelatihan

---

<sup>17</sup> Rohman, R. Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal di Pasar Kuna Lereng Desa Petir Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas. (*Skripsi* Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019) 27-38.

yang memadai Tot (*training of trainer*), CO (*community organizer*), dan pemanfaatan potensi fisik dan sosial budaya. Persamaan penelitian ini terdapat pada Upaya peningkatan Kesejahteraan sosial, pada Desa Wisata Jetis di Kecamatan Nusawungu Kabupaten Cilacap yang diharapkan akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini melihat peluang untuk mengubah Desa Jetis menjadi desa wisata dengan sumber daya manusia dan lingkungan yang menarik, sedangkan peneliti meneliti Potensi Desa Wisata Cempaka, Kec. Bumijawa, Kab. Tegal.

Kesebelas, Penelitian yang dilakukan oleh Rani Pajrin dengan judul “Strategi Pemberdayaan Desa Wisata Pesona Dusun Butuh/ Nepal Van Java untuk mengentaskan kemiskinan pasca pandemi covid-19”. artikel Universitas Tidar.<sup>18</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji berbagai strategi dalam upaya penanggulangan kemiskinan. Pertama, melalui pemberian akses dan peluang ekonomi bagi masyarakat miskin, seperti keterlibatan dalam pengelolaan destinasi wisata serta kegiatan usaha penjualan produk olahan sebagai cendera mata. Kedua, melalui pengurangan hambatan sosial dengan memperkuat pemberdayaan kelembagaan masyarakat miskin. Ketiga, melalui peningkatan sistem perlindungan atau jaring pengaman sosial guna melindungi masyarakat dari dampak kebijakan makro. Persamaan Pada penelitian yang ketiga memiliki permasalahan yang sama yaitu pada upaya pembenahan potensi alam yang sudah ada agar mampu bangkit kembali karna pasca bencana covid-19. Perbedaannya terdapat pada pada tempat, waktu dan fokus penelitian yang berbeda karena peneliti lebih berfokus pada peningkatan angka kesejahteraan.

Keduabelas, Penelitian yang dilakukan oleh dari Effreyza Rahmanda dengan judul: “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Desa Wisata dalam Menanggulangi Kemiskinan (Studi di desa Cempaka Kec. Bumijawa Kab. Tegal)” artikel Universitas Diponegoro Semarang.<sup>19</sup> Penelitian ini bertujuan

---

<sup>18</sup> Pajrin, R., Marizal, M., Ardhi, M., & Aqba, R. “Pemberdayaan Desa Wisata “Nepal Van Java” dalam Mengentaskan Kemiskinan Pasca Pandemic Covid-19,” *Proficio*, vol: 5(2), 2024, 24–30.

<sup>19</sup> Rahmanda, Effreyza, and Priyatno Harsasto, “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Desa Wisata Dalam Menanggulangi Kemiskinan Studi Di Desa Cempaka Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal,” *Journal Of Politic and Government Studies*, (April 2019).

untuk memaparkan bahwa “peran Lembaga Masyarakat desa Wisata Cempaka memiliki pemberdayaan masyarakat yang memadai, Faktor-faktor penting yang berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat sudah memulai pekerjaan mereka. Persamaan dari penelitian ini terletak pada Lokasi penelitian Dimana meneliti desa wisata yang sama, Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada waktu pelaksanaan penelitian serta objek dan subjek yang menjadi fokus kajian.

Ketigabelas, Penelitian yang dilakukan oleh Pratidina Santoso, A. dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat melalui Program Desa Wisata Dikelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang”.<sup>20</sup> Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan masyarakat melalui implementasi Program Desa Wisata dengan menyediakan sarana dan prasarana yang diperlukan, serta melalui pengembangan sumber daya manusia yang telah dilaksanakan oleh Pemerintah Kelurahan Kandri. Namun demikian, masih terdapat kendala, khususnya pada aspek pendanaan dan promosi. persamaan penelitian Memiliki fokus yang sama pada pengembangan desa wisata. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini berada di objek penelitian yang berfokus pada pengentasan kemiskinan, perbedaan lokasi penelitian, serta waktu penelitian.

Keempatbelas, Penelitian yang dilakukan oleh Trianti Anugrahini dengan judul “Pengentasan kemiskinan pedesaan melalui pengembangan ekonomi kreatif pariwisata dan modal sosial” artikel Universitas Indonesia.<sup>21</sup> Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana penguatan modal sosial dapat memaksimalkan potensi wilayah dengan mendorong pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif sebagai kekuatan dalam memerangi kemiskinan di tingkat desa. Persamaan penelitian ini adalah memiliki fokus yaitu pengentasan kemiskinan sebagai langkah meningkatkan kesejahteraan melalui ekonomi kreatif yang memiliki ciri pemanfaatan potensi budaya local sebagai

---

<sup>20</sup> Santoso, Aldivon Atok Pratidina. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Desa Wisata Di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah." J-3P, Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan, 2019.

<sup>21</sup> Anugrahini, Triyanti. “Pengentasan Kemiskinan Perdesaan Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif, Pariwisata Dan Modal Sosial Alleviating Of Rural Poverty Through Creative Economic Development, Tourism, And Sosial Capital,” Sosio Informa Vol.5, 2019.

asset untuk membangun perekonomian. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini objek yang diteliti yaitu Peran Lembaga Masyarakat, potensi desa yang berbeda serta waktu dan tempat penelitian yang berbeda.

Kelimabelas, Penelitian yang dilakukan oleh Asmi Ayuning Hidayah, dan Gilang Akbar dengan judul penelitian “Peningkatan Peran Pokdarwis Melalui Program Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Optimalisasi Pengelolaan Kampung Wisata di Pipitan” artikel Universitas Jenderal Soedirman.<sup>22</sup> Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi ekonomi kreatif dengan mengoptimalkan Peran Kelompok Sadar Wisata diwujudkan melalui pengembangan program ekonomi kreatif yang bertujuan untuk meningkatkan kreativitas ibu rumah tangga di Kampung Wisata Pipitan, melalui dukungan serta pelaksanaan pelatihan yang dilakukan dalam empat tahapan, yaitu sosialisasi, persiapan, pelaksanaan kegiatan, serta pengawasan dan evaluasi.. Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini adalah peran dari Kelompok sadar wisata sebagai penggagas program ekonomi kreatif untuk mengembangkan masyarakat. Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini berupa program yang diselenggarakan yaitu dengan melakukan pembuatan produk kerajinan tangan, serta Lokasi dan waktu yang berbeda.

Dalam kurun waktu 5 tahun kebelakang perekonomian sangat terdampak pada Covid-19 bahkan penelitian tentang pengembangan ekonomi kreatif jumlahnya terbatas, hal ini dibuktikan dengan limabelas tinjauan diatas, masih perlunya kajian tentang ekonomi kreatif untuk dijadikan contoh program yang masih berjalan selama tahun padahal program ekonomi kreatif sejatinya menjadi solusi dari penurunan perekonomian, karena dengan pengembangan yang memanfaatkan potensi daerah sekitar akan meminimalisir jumlah anggaran yang dibutuhkan, Meskipun memiliki kesamaan dalam topik penelitian, terdapat perbedaan pada fokus kajian serta landasan teori yang digunakan, sehingga menghasilkan perbedaan substansi penelitian. Penelitian

---

<sup>22</sup> Akbar, Gilang. “Peningkatan Peran Pokdarwis Melalui Program Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Optimalisasi Pengelolaan Kampung Wisata Di Pipitan,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, vol: 3.2.2, 2023, 1501-1508.

ini secara khusus lebih menitikberatkan pada analisis strategi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Cempaka melalui pengembangan usaha ekonomi kreatif Pasar Slumpring di kawasan Desa Wisata, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal.

### **G. Sistematika Pembahasan**

Agar Skripsi ini mudah untuk dipahami maka disusun secara sistematis sebagai gambaran topik pembahasan yang diurutkan serta dibahas pada skripsi mulai dari halaman sampul hingga penutup bahkan penunjang lainnya. secara garis besarnya penelitian dimulai dari

1. Bab I Pendahuluan yang membahas mengenai Latar Belakang, Penegasan istilah, Rumusan masalah, dan manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka dan sistematika Pembahasan.
2. Bab II landasan teori. Pada bab ini membahas bagaimana pelaksanaan hingga bagaimana proses berjalannya penelitian menggunakan fokus teori Strategi dengan berfokus pada perumusan strategi Pokdarwis dalam melakukan perencanaan sampai evaluasi program Pasar Slumpring, teori ekonomi kreatif yang merupakan desain perekonomian yang menyajikan konsep menarik, maupun berbeda yang menjadikan ciri khusus, serta teori kesejahteraan dengan fokus indikator kesejahteraan masyarakat, dan teori Pariwisata Berkelanjutan dengan fokus bagaimana pokdarwis mampu menerapkan konsep program pasar slumpring.
3. Bab III metodologi penelitian, pada bab ini peneliti membahas metodologi penelitian berupa jenis penelitian serta pendekatan yang digunakan, lokasi penelitian, sumber data, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data sampai teknik analisis data selama proses penelitian.
4. Bab IV Dalam bab ini berisi hasil penelitian yakni penulis menjelaskan hasil, dan pembahasan terkait penelitian dengan judul peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui usaha ekonomi kreatif di desa wisata cempaka.

5. Bab V Penutup yang berisi kesimpulan, saran, kata penutup dan disertai dengan daftar pustaka.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Teori Strategi Pembangunan**

##### **1. Pengertian Strategi Pembangunan**

Secara etimologis, istilah strategi berasal dari bahasa Yunani, yaitu “strato” yang berarti pasukan dan “agendis” yang berarti memimpin. Pada awalnya, istilah strategi erat kaitannya dengan peperangan sebagai suatu taktik untuk mengalahkan lawan. Hal ini sejalan dengan pengertian dalam KBBI, yang mendefinisikan strategi sebagai siasat perang atau ilmu siasat. Namun, seiring perkembangan zaman, konsep strategi tidak hanya digunakan dalam bidang militer, tetapi juga meluas ke berbagai bidang lain seperti ekonomi, politik, komunikasi, dan budaya dakwah. Perkembangan ini kemudian melahirkan berbagai istilah baru, seperti strategi ekonomi, strategi politik, strategi komunikasi, dan strategi kebudayaan.

Namun, menurut Amirulloh Strategi adalah rencana dasar yang luas tentang apa yang harus dilakukan perusahaan untuk mencapai suatu tujuan. Rencana ini harus sesuai dengan kebijakan, program, dan tujuan lingkungan internal dan eksternal organisasi.<sup>23</sup> Bryson dan Einsweiler juga menyatakan Dalam perencanaan strategis, konsep strategi sering digunakan untuk menentukan berbagai masalah yang terkait dengan pemilihan pihak-pihak yang terlibat dalam proses: waktu, alasan, dan cara.<sup>24</sup>

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan "strategi" adalah kumpulan rencana yang menyeluruh, menyeluruh, dan terpadu yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan atau organisasi.

##### **2. Jenis Strategi Pembangunan**

---

<sup>23</sup> Amirullah, “Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja”, Mitra Wacana Media, 2015.  
<sup>24</sup> Nursansiwi, Dwi Arini, et al, “Strategi Peningkatan Retribusi Daerah,” Jakarta, CV Kreator Cerdas Indonesia, 2022.

Strategi melibatkan analisis menyeluruh terhadap semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Penilaian harus sesuai dengan kebijakan, visi, misi, dan tujuan dari kebijakan bisnis. Dengan kesesuaian ini, strategi tersebut akan selalu berkesinambungan untuk mencapai goalsnya. Menurut Rangkuti, ada tiga jenis strategi yang berbeda:

- a. Strategi Manajemen, Strategi ini berkaitan dengan pengelolaan yang dapat diterapkan oleh manajer dengan fokus pada perumusan strategi dalam skala besar, seperti strategi keuangan, pengembangan pasar, akuisisi, serta penetapan harga.
  - b. Strategi Investasi, Strategi ini menitikberatkan pada aspek investasi, di mana perusahaan dapat menerapkan strategi pertumbuhan yang agresif, memasuki pasar baru, mempertahankan posisi, membangun unit usaha baru, atau langkah strategis lainnya.
  - c. Strategi Bisnis, Strategi ini berfokus pada fungsi manajemen dan sering disebut sebagai strategi bisnis fungsional. Contohnya meliputi strategi pemasaran, produksi dan operasional, distribusi, pengelolaan organisasi, serta strategi keuangan.<sup>25</sup>
3. Langkah strategi pembangunan

Fred R. David mengatakan manajemen strategi terdiri dari tiga tahap:

- a. Perumusan Strategi, perumusan strategi meliputi pengembangan visi dan misi organisasi, identifikasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal, serta analisis kekuatan dan kelemahan internal. Selain itu, ditetapkan tujuan jangka panjang, dirumuskan berbagai alternatif strategi, serta dipilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan tersebut. Tahap ini memberikan keunggulan kompetitif jangka panjang karena mendorong organisasi untuk berkomitmen pada penggunaan teknologi, produk, pasar, dan sumber daya tertentu dalam jangka waktu yang panjang.

---

<sup>25</sup> Rangkuti, Freddy, "Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus," Bogor, Gramedia Pustaka Utama, 2013.

- b. Penerapan Strategi, pada tahap implementasi strategi, organisasi perlu menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, meningkatkan motivasi karyawan, serta menyediakan sumber daya yang diperlukan. Implementasi juga mencakup pembentukan struktur organisasi yang kuat, pengelolaan kegiatan pemasaran, penyusunan anggaran, pengembangan dan pemanfaatan sarana prasarana, serta pengaitan sistem kompensasi dengan kinerja organisasi. Tahap ini sering disebut sebagai tahap aksi dalam manajemen strategi, yang menuntut kemampuan manajer dalam memotivasi karyawan, karena strategi yang baik tidak akan berarti tanpa pelaksanaan yang tepat.
- c. Penilaian Strategi. pada tahap akhir, manajer melakukan evaluasi untuk mengidentifikasi kegagalan atau keberhasilan strategi yang diterapkan. Evaluasi ini menjadi sumber utama informasi dalam menilai efektivitas strategi. Karena faktor internal dan eksternal terus berubah, maka strategi yang digunakan pun perlu disesuaikan secara berkelanjutan di masa depan.<sup>26</sup>

#### 4. Prinsip strategi pembangunan

Suryono menjelaskan perspektif pembangunan yang berfokus pada manusia (*people-centered development*) menyatakan bahwa tujuan pembangunan adalah untuk mendorong keseimbangan serta pertumbuhan demi keberlanjutan pembangunan, dengan pendekatan yang dilakukan secara menyeluruh dan berpusat pada manusia.<sup>27</sup> Akibatnya, ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan selama proses pembangunan.: pendidikan sosial (*social learning*), pemberdayaan (*empowerment*), kemampuan (*capacity*), dan pembangunan kelembagaan (*institutional building*).

---

<sup>26</sup> David, Fred R, "Strategic Management Concepts And Cases," California, Prenticehall, 2011.

<sup>27</sup> Suryono, Agus. "Dimensi-Dimensi Prima Teori Pembangunan," Universitas Brawijaya Press, 2010.

## B. Teori Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

### 1. Pengertian Kesejahteraan Masyarakat

Kesejahteraan masyarakat asal dari bahasa Inggris yaitu *Welfare* dan *Community* yang berarti kesejahteraan dan komunitas (hornby). Dalam kamus besar bahasa Indonesia KBBI, "kesejahteraan masyarakat" dan "kesejahteraan masyarakat" merupakan dua kata yang mengartikan keadaan seperti rasa aman, sentosa, makmur, dan selamat yang dialami masyarakat. Selain itu, "kesejahteraan masyarakat" juga mengartikan sejumlah orang dalam kelompok tertentu yang membangun kehidupan berbudaya.

Konsep kesejahteraan menurut Nasikun (1993) menyatakan bahwa kesejahteraan manusia dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu rasa aman (*security*), kesejahteraan (*welfare*), kebebasan (*freedom*), dan jati diri (*identity*). Aspek-aspek ini digunakan sebagai indikator untuk menilai tingkat kesejahteraan seseorang, khususnya dalam pemenuhan kebutuhan hidup yang mencakup rasa aman, kebebasan, kesejahteraan, serta identitas diri. Menurut Rambe, kesejahteraan merupakan tingkat kehidupan yang mencakup aspek sosial, material, dan spiritual, yang meliputi rasa keselamatan, kesusilaan, ketentraman dalam diri, keluarga, serta masyarakat baik secara lahir maupun batin. Hal ini memungkinkan setiap individu untuk memenuhi kebutuhan fisik dan rohani secara optimal, sekaligus tetap menjunjung tinggi hak asasi manusia.<sup>28</sup>

Menurut Fahrudin, Kesuksesan masyarakat didefinisikan sebagai usaha seseorang untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka, termasuk makanan, pakaian, tempat tinggal, air minum, dan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan dan memiliki pekerjaan yang berkecukupan untuk meningkatkan kualitas hidupnya dan menghindari kemiskinan, kebodohan, ketakutan, atau kekhawatiran lainnya, sehingga hidupnya aman dan tentram secara fisik dan mental.

---

<sup>28</sup> Wijayanti, L, "Strategi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan." *Agriekonomika*, 2(2), 2013, 139-152.

Di dalam undang-undang nomor 11 tahun 2009 yang membahas tentang kesejahteraan masyarakat adalah kondisi di mana kebutuhan material dan spiritual seseorang dipenuhi sehingga mereka dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri untuk melakukan fungsi sosial. Kemampuan seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan material dan spiritual ini dapat diukur dengan melihat seberapa banyak pendapatan yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan ini, seperti makanan, pakaian, kesehatan, dll.<sup>29</sup>

Dari pendapat di atas peneliti menggaris besarkan bahwa Peningkatan kesejahteraan masyarakat adalah keadaan seseorang atau kelompok dalam upaya untuk memenuhi serta meningkatkan kebutuhan material dan sosial masyarakat untuk meningkatkan kualitas hidup, melepaskan diri dari rantai kemiskinan, kebodohan, dan kekhawatiran batin untuk menciptakan suasana aman, tentram, dan sejahtera dalam menjalani kehidupan sehari-hari, dalam hal pemenuhan kebutuhan meliputi pakaian, makanan, dan pakan..

## 2. Indikator Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

Menurut Indeks Pengembangan Masyarakat yang di publikasikan oleh Program Pembangunan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNDP) terdapat empat indikator untuk menentukan kesejahteraan masyarakat yakni:

### a. Pendapatan,

Salah satu faktor yang memengaruhi kesejahteraan adalah pendapatan, karena berkaitan dengan kebahagiaan: seseorang yang mampu memenuhi kebutuhan dasar seperti pakaian dan pakan menyesuaikan diri dengan peningkatan pendapatan perkapita. "Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima seseorang atau rumah tangga dalam jangka waktu tertentu. Peningkatan pendapatan per kapita berdampak pada kemampuan untuk membeli barang dan jasa,

---

<sup>29</sup> Indonesia, R. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial." (Jakarta, RI, 2019).

yang memiliki dampak langsung dalam memenuhi kebutuhan dasar berupa makanan, pakaian, dan tempat tinggal.

Untuk mengukur kesejahteraan, kita tidak cukup hanya melihat kenaikan angka pendapatan. Tolok ukur yang lebih penting adalah daya beli yang sebenarnya (*Purchasing Power Parity/PPP*) dan bagaimana pendapatan itu dibagikan secara adil (pemerataan), yang dapat dilihat melalui Rasio Gini. Kesejahteraan sejati tercapai ketika pendapatan naik dan pada saat yang sama, kesenjangan sosial-ekonomi dapat diperkecil. Dalam ekonomi modern, pendapatan sering dianggap sebagai alat atau sarana untuk mencapai kehidupan yang berkualitas, bukan tujuan akhir itu sendiri. Pandangan ini sejalan dengan konsep kapabilitas (*capabilities*) dari Amartya Sen, yang menilai kesejahteraan dari kemampuan individu untuk menjalani hidup yang mereka hargai.

Melihat konteks tersebut, strategi peningkatan kesejahteraan yang baik harus berfokus pada empat hal utama. Pertama, harus ada upaya diversifikasi sumber pendapatan, artinya masyarakat tidak hanya bergantung pada satu jenis penghasilan. Kedua, program harus diarahkan pada penciptaan lapangan kerja baru. Ketiga, penting untuk meningkatkan nilai tambah produk-produk lokal, sehingga barang yang dijual memiliki harga yang lebih tinggi. Keempat, strategi harus mendukung penguatan sektor informal agar sektor ini dapat bertahan dan berkembang secara berkelanjutan.

b. Pendidikan,

Pendidikan dapat meningkatkan kesempatan kerja, meningkatkan kualitas kerja, dan meningkatkan penerimaan. Proses belajar yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap seseorang dikenal sebagai pendidikan. Pendidikan berfungsi sebagai kunci utama agar seseorang bisa naik status sosialnya (mobilitas vertikal). Pendidikan yang tinggi dan Berkualitas akan membuka lebih banyak peluang pekerjaan dan secara otomatis meningkatkan kualitas

karyawan saat ini. Kualitas pendidikan diukur tidak hanya secara kuantitatif seperti Rata-rata Lama Sekolah dan Harapan Lama Sekolah (yang merupakan bagian dari Indeks Pembangunan Manusia/IPM). Kualitas juga harus diukur dari kualitas lulusannya dan seberapa baik kurikulum yang diajarkan untuk memenuhi kebutuhan dunia kerja. Orang yang lebih produktif akan menjadi lebih produktif, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan pribadi dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

Secara teori, pendidikan dianggap sebagai Investasi dalam SDM (*Human Capital Investment*). Teori ini menjelaskan bahwa peningkatan pendidikan akan menaikkan produktivitas seseorang. Kenaikan produktivitas ini secara langsung berakibat pada kenaikan upah atau penghasilan. Selain itu, pendidikan juga sangat penting untuk membentuk kemampuan berpikir kritis dan mendorong munculnya inovasi baru.<sup>30</sup>

c. Kesehatan,

Kesehatan dapat menjadi tolak ukur kebahagiaan seseorang; penurunan tingkat kesehatan seseorang dapat berdampak pada produktivitas, yang berdampak pada pendapatan; kesehatan juga dapat dilihat dari agama seseorang: orang yang lebih religius memiliki kesehatan mental yang lebih baik. "Kesehatan tidak hanya tidak menderita penyakit, tetapi juga memiliki kesehatan fisik, mental, dan sosial yang baik (*Definisi WHO*). Kesehatan yang prima, baik fisik maupun mental, adalah tolak ukur utama kebahagiaan dan merupakan syarat mutlak agar seseorang bisa produktif. Jika tingkat kesehatan seseorang menurun, ini akan menyebabkan kerugian besar, baik secara ekonomi maupun sosial, misalnya karena hilangnya hari kerja atau membengkaknya biaya pengobatan.

---

<sup>30</sup> Rezi Erdiansyah, "Konsep Human Capital," *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, 2022, 28.

Kualitas kesehatan diukur dengan menggunakan metrik seperti Angka harapan hidup saat lahir (bagian dari IPM), Angka Kematian Bayi, dan tingkat penyebaran penyakit. Selain kesehatan fisik, kesehatan mental juga semakin diakui sebagai indikator penting. Salah satu cara individu menghadapi stres atau depresi adalah melalui *coping mechanism*, di mana keterkaitan antara aspek spiritual atau religiusitas dan kesehatan mental terbukti dapat memperkuat ketahanan diri seseorang.

Secara teori (Amartya Sen), kesehatan adalah dasar dari kapabilitas (*capability*) seseorang. Seseorang yang sakit akan kehilangan kemampuan dasarnya (*functionings*) untuk bekerja, belajar, atau berinteraksi sosial, yang akhirnya membatasi kebebasan mereka untuk mencapai kehidupan yang mereka inginkan. Oleh karena itu, investasi pada kesehatan bukan sekadar biaya, melainkan investasi yang produktif. Strategi pembangunan harus mencakup pelayanan kesehatan yang terjangkau, baik itu bersifat pencegahan (promosi hidup sehat), pengobatan, maupun pemulihan (rehabilitasi), serta penguatan sistem jaminan kesehatan untuk seluruh masyarakat.

d. Modal sosial,

Model sosial yang didasarkan pada kepercayaan sosial juga berdampak pada pendidikan, pendapatan, dan kesehatan. Model ini mengukur ketahanan keluarga dan kedekatan anggota keluarga terhadap norma sosial dan partisipasi publik. Hubungan yang terjalin antara kelembagaan masyarakat dan individu dapat menyebabkan kehidupan yang bahagia dan menunjukkan kesejahteraan masyarakat dan individu. "Modal Sosial (*Social Capital*) adalah sumber daya yang tersemat dalam hubungan sosial dan jaringan yang memungkinkan individu dan kelompok mencapai tujuannya. Kepercayaan sosial adalah ukuran modal sosial (*social trust*), norma timbal balik, dan jaringan. Ini adalah "perekat" masyarakat."

Tolak ukur utama kesejahteraan sosial meliputi Ketahanan Keluarga (seperti keharmonisan dan fungsi pengasuhan yang baik), Kedekatan Anggota Keluarga, Partisipasi Publik dalam kegiatan sosial atau kelembagaan, dan kepatuhan terhadap Norma Sosial (nilai-nilai lokal dan aturan). Adanya hubungan yang harmonis, baik antar individu maupun antar lembaga, akan menciptakan lingkungan yang aman, kompak (*kohesif*), dan saling mendukung. Kondisi ini adalah indikasi utama dari kebahagiaan kolektif suatu masyarakat.

Tingginya modal sosial memiliki dampak langsung pada kemajuan. Robert Putnam (1993) mengemukakan bahwa tingginya partisipasi sipil (keikutsertaan masyarakat) berkaitan erat dengan kinerja institusi yang lebih baik.<sup>31</sup> Dalam konteks ekonomi, Francis Fukuyama menekankan bahwa adanya kepercayaan sosial (*social trust*) di masyarakat dapat mengurangi biaya-biaya transaksi, mempermudah kolaborasi, dan sangat mendorong lahirnya inisiatif ekonomi kreatif secara kolektif.<sup>32</sup> Modal sosial, dengan demikian, berfungsi sebagai pelumas yang membuat mesin ekonomi dan pemerintahan berjalan lebih efisien.

### 3. Fungsi Kesejahteraan Masyarakat

Fungsi kesejahteraan masyarakat bertujuan untuk meminimalkan tekanan yang muncul dari perubahan sosio-ekonomi sekaligus mencegah konsekuensi sosial yang dapat terjadi, guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berikut ini adalah beberapa fungsi kesejahteraan masyarakat menurut William A. Friedlander, dan Richard M. Titmuss:

- a. Fungsi pencegahan (*preventive*), dalam kesejahteraan sosial bertujuan membantu individu, keluarga, dan masyarakat agar terhindar dari munculnya masalah sosial baru. Pada masyarakat yang

---

<sup>31</sup> Syahra, Rusydi. "Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi," Jurnal Masyarakat dan Budaya vol: 5.1, 2003, 1-22.

<sup>32</sup> Fukuyama, Francis, "Guncangan besar: Kodrat manusia dan tata sosial baru," Menteng, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2005.

sedang mengalami perubahan, upaya ini difokuskan pada penguatan hubungan sosial serta pembentukan lembaga sosial yang baru.

- b. Fungsi penyembuhan (*curative*), dalam kesejahteraan sosial bertujuan untuk mengurangi hambatan fisik, emosional, dan sosial, sehingga individu yang mengalami permasalahan dapat kembali berpartisipasi dalam kehidupan bermasyarakat secara normal.
- c. Fungsi pengembangan (*development*), dalam kesejahteraan sosial berperan dalam mendorong pembangunan serta peningkatan struktur dan sumber daya sosial masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung.
- d. Fungsi penunjang (*supportive*), mencakup berbagai kegiatan yang mendukung tercapainya tujuan dalam bidang atau sektor pelayanan kesejahteraan sosial lainnya.<sup>33</sup>

#### 4. Tujuan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat

- a. Untuk meningkatkan taraf kesejahteraan, diperlukan pemenuhan kebutuhan dasar seperti sandang, pangan, papan, kesehatan, serta terciptanya hubungan sosial dan lingkungan yang sehat.
- b. Menurut Schneiderman, sistem kesejahteraan sosial memiliki tiga tujuan utama yang tercermin dalam berbagai program kesejahteraan, yaitu membantu individu agar mampu beradaptasi dengan baik dalam masyarakat, memperoleh informasi yang dibutuhkan, serta meningkatkan kualitas hidup yang lebih memuaskan:

- 1) Pemeliharaan sistem berfungsi untuk memastikan bahwa nilai dan norma sosial masyarakat, termasuk makna dan tujuan hidup, ada di masyarakat. Kegiatan tersebut dicapai melalui pemberian nasihat dan petunjuk tentang cara menggunakan sistem pendidikan kesehatan dan bantuan sosial.

---

<sup>33</sup> William D. Nordhaus, Ilmu makro Ekonomi, Penerjemah Haris Munandar (et al), Jakarta: Media Global Edukasi, 2004.

- 2) Pengawasan sistem, kegiatan kesejahteraan sosial ditunjukkan untuk melaksanakan fungsi pemeliharaan berupa kompensasi, sosialisasi peningkatan kemampuan Untuk menjangkau fasilitas yang ada bagi golongan masyarakat yang memperlihatkan penyimpangan tingkah laku.
  - 3) Perubahan sistem, memodifikasi ke arah pengembangan sistem yang lebih efektif bagi anggota masyarakat; dalam hal ini, perubahan pada sistem kesejahteraan sosial berfungsi sebagai alat untuk menyingkirkan hambatan yang menghalangi partisipasi sepenuhnya dan andil anggota masyarakat dalam pengambilan keputusan, sasaran program yang lebih adil, dan penyediaan struktur kesempatan yang adil.<sup>34</sup>
5. Komponen Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat
- a. Terpenuhinya kebutuhan pokok sebagai acuan pembangunan ekonomi, sosial terutama pandangan tentang kemiskinan, meliputi dua indikator berikut:
    - 1) Kebutuhan fisik minimum (sandang, pangan, papan, kesehatan)
    - 2) Kebutuhan layanan Esensial (pendidikan, air bersih& sanitasi, transportasi, fasilitas umum, serta keamanan sosial)
  - b. Pembangunan Sosial (*Midgley*), pembangunan yang terlaksana harus menyeimbangkan antara pertumbuhan ekonomi yang beriringan dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat.
  - c. Kesejahteraan Sosial, merupakan langkah Intervensi dari negara, Lembaga sosial, dan masyarakat untuk menciptakan kesejahteraan bersama meliputi:
    - 1) Pelayanan Sosial, menyediakan layanan dasar bagi masyarakat (pendidikan, kesehatan, perumahan, dan layanan lainnya).
    - 2) Perlindungan Sosial, memberikan jaminan dalam bentuk bantuan tunai, maupun perlindungan.

---

<sup>34</sup> Syamsuddin, "Teori Praktis Kurikulum Usaha Dan Kebijakan Kesejahteraan Sosial: Analisis Praktik Pekerjaan Sosial PT. Nas Media Indonesia, 2025.

- 3) Pemberdayaan Sosial, memfasilitasi pengembangan agar masyarakat berkembang secara mandiri (pelatihan, pendampingan usaha, penguatan kelembagaan sosial).
  - 4) Rehabilitasi Sosial, memulihkan kondisi masyarakat yang mengalami masalah sosial agar kembali berdaya
- d. Pembangunan Berkelanjutan, Pembangunan harus memenuhi kebutuhan saat ini tanpa merusak generasi mendatang. seperti:
- 1) Sumber daya dilarang dieksploitasi habis-habisan, generasi mendatang berhak merasakan manfaat yang sama.
  - 2) Pembangunan yang sejalan dengan keadilan sosial, dan kelestarian lingkungan
  - 3) Partisipasi Masyarakat, keputusan pembangunan harus dipertimbangkan bersama (masyarakat, pemerintah, swasta).
  - 4) Pemanfaatan energi, lahan, sumber daya alam harus menguatamakan penggunaan teknologi ramah lingkungan.

### **C. Teori Ekonomi Kreatif**

#### **1. Pengertian Ekonomi dan Ekonomi Kreatif**

Ekonomi maupun pertumbuhan ekonomi merupakan suatu perubahan kondisi perekonomian pada lingkup masyarakat yang saling terhubung untuk menciptakan keadaan yang lebih baik secara bertahap, karena setiap kemajuan ekonomi di sebuah wilayah bertujuan untuk meningkatkan jumlah dan jenis kesempatan kerja bagi orang-orang di sekitarnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tujuan pembangunan ekonomi adalah kerja sama yang direncanakan dan berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia secara berkelanjutan.<sup>35</sup>

Pertumbuhan ekonomi tidak terlepas dari adanya dukungan sumber daya alam, kualitas manusia, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi,

---

<sup>35</sup> Mayasari, Febriantoko, et al, "Digitalisasi Desa,"Pilar Pembangunan Ekonomi Desa, Penerbit, 2022.

serta budaya yang bersama-sama berfungsi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan secara berkesinambungan. Kementerian Perdagangan menggambarkan ekonomi kreatif sebagai era baru di mana kreativitas berbasis ide dan informasi semakin diperkuat. *stock of knowledge* budaya yang memposisikan masyarakat sebagai pencetus ide utamanya.

## 2. Jenis pertumbuhan Ekonomi Kreatif

Ada empat jenis kreativitas yang membentuk ekonomi kreatif, menurut KEA European Affairs (2006:42), yang dikutip oleh UNDP dan UNCTAD dalam Laporan Ekonomi Kreatif (2008:9):

- a. Kreatifitas ilmu pengetahuan (*Scientific creativity*).
- b. Kreatifitas ekonomi (*Economic creativity*).
- c. Kreatifitas budaya (*Cultural creativity*)
- d. Kreatifitas teknologi (*Technological creativity*).

Kreatifitas ilmu pengetahuan, adalah kreatifitas ilmu pengetahuan, yaitu menyangku informasi dan informasi yang tepat dan tepat. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh akademisi dan ilmuwan. Kreatifitas budaya, (*cultural creativity*), Berdasarkan pandangan UNESCO, industri ini mencakup kegiatan yang mengolah ide menjadi produk melalui proses kreasi, produksi, dan penjualan, baik yang bersifat intangible maupun kultural seperti seni dan film. Industri kreatif merupakan industri yang menghasilkan lapangan kerja dan kekayaan dengan menggunakan kreativitas, ketrampilan, dan kecakapan.

Kemampuan untuk mengembangkan ide kreatif yang dikombinasikan dengan kemampuan teknologi yang baik memungkinkan untuk berkreasi seiring dengan kemajuan zaman disebut kreatifitas teknologi. Pengembangan kreativitas teknologi dapat

dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media sosial, antara lain Facebook, Instagram, YouTube, dan sebagainya.<sup>36</sup>

### 3. Tujuan Ekonomi Kreatif

Peningkatan ekonomi memiliki tujuan untuk memperbaiki kesejahteraan masyarakat. Hal ini ditunjukkan melalui perubahan dalam pendidikan, kesehatan, serta pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang ditentukan oleh tingkat pendapatan masyarakat. Negara-negara yang mengalami pertumbuhan ekonomi dapat dianggap maju secara ekonomi apabila mereka dapat menggunakan ilmu pengetahuan untuk meningkatkan ekonomi mereka.

Ekonomi kreatif terbentuk dari ide-ide masyarakat yang dikembangkan melalui kreativitas, dengan menitikberatkan pada keterampilan dalam menciptakan produk dan jasa yang memiliki nilai ekonomis. Ide dan bakat masyarakat ini didukung oleh budaya, sumber daya alam, dan lokasi geografis.<sup>37</sup> hadirnya konsep kreativitas dalam bidang seni dan sains, yang mencakup upaya manusia untuk menggambarkan dan membayangkan sifat dan makna dunia nyata. Beberapa konsep yang menonjolkan kreativitas ekonomi adalah sebagai berikut:

- a. Konsep ekonomi dengan proses menghasilkan suatu ide baru.
- b. Konsep Dalam kreatifitas ekonomi, orang bekerja sama untuk membuat karya yang baik..
- c. Kreativitas ekonomi yakni penggunaan suatu untuk didesain agar lebih sederhana dan lebih baik.

Menurut Rochmat Aldy Purnomo dalam buku Menurut Pilar Pembangunan Ekonomi Kreatif Indonesia, Ekonomi kreatif merupakan upaya yang menjadikan unsur kreativitas budaya, warisan budaya, dan lingkungan sebagai pijakan utama dalam menghadapi masa depan.

---

<sup>36</sup> Amsari, S, & Windu Anggara, "Ekonomi Kreatif", umsu press, 2023

<sup>37</sup> Syahbudi, "Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)," Merdeka Kreasi Group, 2021.

Ekonomi kreatif mencakup tiga hal utama, yaitu inovasi, kreativitas, dan kreativitas:

- a. Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan dan mengembangkan gagasan yang unik serta dapat diterima oleh orang lain, sekaligus menciptakan ide-ide baru yang bermanfaat dalam memecahkan masalah dan menghasilkan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya.
- b. Inovasi adalah proses peralihan dari ide dan rancangan berbasis kreativitas dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki guna menciptakan proses dan hasil yang lebih berkualitas.
- c. Penemuan merupakan proses pengembangan ide-ide baru yang unik dan belum pernah ada sebelumnya, serta diakui sebagai karya bernilai tinggi. Contohnya adalah pembuatan aplikasi berbasis Android dan IOS yang memanfaatkan teknologi informasi untuk mempermudah aktivitas sehari-hari.<sup>38</sup>

#### 4. Sektor Ekonomi Kreatif

Pemerintah Indonesia pada tahun 2015 menetapkan Peraturan Presiden bahwa Ekonomi kreatif terdiri dari 16 subsektor, salah satunya:

- a. Periklanan, merupakan aktivitas kreatif yang terkait dengan periklanan, yang melibatkan berbicara satu arah dengan menggunakan media dan tujuan tertentu. Periklanan mencakup hal-hal seperti melakukan penelitian pasar, merencanakan kampanye periklanan, menggunakan media luar ruang, membuat konten, mempromosikan, dan membangun hubungan dengan masyarakat.
- b. Arsitektur, Aktivitas kreatif yang berhubungan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari tingkat makro (perencanaan kota, desain kota, arsitektur taman), hingga tingkat mikro (detail

---

<sup>38</sup> Purnomo, Rochmat Aldy, "Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia", Surakarta CV. Ziyadbooks, 2016.

konstruksi). Misalnya, perencanaan biaya konstruksi, pelestarian bangunan sejarah, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrikal.

- c. Kerajinan (*craft*), merupakan aktivitas kreatif yang mencakup pembuatan, pembuatan, dan distribusi produk yang dibuat atau dibuat oleh pengrajin. Berawal dari desain awal hingga proses akhir produk biasanya dilakukan. Di antaranya adalah barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, batu mulia, serat alam dan buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, kapur, dan logam seperti emas, perak, tembaga, perunggu, dan besi..
- d. Desain: aktivitas kreatif seperti desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan, dan layanan penelitian pemasaran. Layanan pengepakan dan kemasan juga tersedia. Desain apartemen dan rumah susun
- e. Fasyen (*fashion*) Aktivitas kreatif yang berkaitan dengan desain pakaian, alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya; pembuatan pakaian dan aksesoris mode; dan distribusi produk fashion.
- f. Video, Film, dan Fotografi, mencakup kegiatan produksi film dan video, sinematografi, sinetron, serta penyelenggaraan festival atau pameran film, bersama dengan penulisan skrip, dubbing, dan distribusi hasil rekaman video dan film.
- g. Permainan Interaktif (*game*) Merupakan aktivitas kreatif yang meliputi pembuatan, produksi, dan distribusi permainan berbasis komputer, Android, iOS, dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, maupun edukasi. Subsektor permainan interaktif tidak hanya berorientasi pada hiburan, tetapi juga berperan sebagai sarana pembelajaran.
- h. Musik: merupakan aktivitas kreatif yang mencakup pembuatan atau komposisi, penampilan, reproduksi, dan penyebaran rekaman suara.

- i. Seni Pertunjukan (*showbiz*), merupakan aktivitas kreatif yang mencakup pengembangan dan pembuatan konten. Misalnya, wayang, balet, tarian tradisional dan modern, drama, musik tradisional, musik teater, dan opera semua melibatkan musik etnik, serta desain dan pembuatan pakaian untuk pertunjukan. Posisi panggung dan pencahayaan.
- j. Riset dan Pengembangan (R&D), Kegiatan kreatif berkaitan dengan upaya kreatif yang dihasilkan dari penemuan ilmiah dan teknologi dan digunakan untuk membuat produk, proses, material, metode, teknologi, dan sebagai alat inovatif untuk menjawab kebutuhan pasar, yang mencakup bidang humaniora seperti pengembangan bahasa, sastra, dan seni, serta jasa konsultasi dalam bisnis dan manajemen.
- k. Inovasi Makanan aktivitas yang mengedepankan inovasi dan kreativitas dalam menghasilkan produk kuliner yang menarik, mulai dari cara penyajian, proses pembuatan, hingga pemilihan bahan. Bisnis catering berkembang dengan memasukkan kreativitas dan inovasi ke dalam makanan dan minuman.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Sutriyanti, "Pengaturan Ekonomi Kreatif Guna Mengembangkan Sumber Ekonomi Baru." *Kajian* 22.4 2023: 269-280.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan, menampilkan, dan mengaitkan fakta dengan kerangka pemikiran atau perspektif tertentu. Studi ini mengkaji strategi ekonomi kreatif untuk meningkatkan ekonomi masyarakat melalui pasar slumpring di Desa Wisata Cempaka, Kec. Bumijawa Kab. Tegal. Peneliti menerapkan metode ini untuk mengkaji hasil dari observasi langsung di lapangan, wawancara, serta dokumentasi yang berkaitan dengan peningkatan ekonomi masyarakat berbasis ekonomi kreatif di Pasar Slumpring, Desa Wisata Cempaka. Selanjutnya, peneliti menyajikan dan menjelaskan hasil penelitian berdasarkan data yang diperoleh di lapangan secara deskriptif.

Studi berjudul "Strategi Pengelola Usaha Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat" Pendekatan lapangan dengan metode deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran tentang bagaimana ekonomi kreatif dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui Pasar Slumpring di Desa Wisata Cempaka, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal.

Fokus penelitian ini adalah melihat dan menganalisis secara menyeluruh suatu entitas sosial di lingkungan aslinya. Studi ini mempertimbangkan elemen seperti sejarah, status saat ini, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan lingkungan.<sup>40</sup> Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan fenomena secara sistematis dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.<sup>41</sup> Peneliti memilih metode dan jenis penelitian kualitatif karena penelitian ini bertujuan menghasilkan data deskriptif yang menggambarkan

---

<sup>40</sup> Sumadi Suryabrata, "Metodologi Penelitian," Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998, hal. 22.

<sup>41</sup> Fenny Rita Fiantika, dkk, "Metodologi Penelitian Kualitatif," Padang: PT. Global Eksekuif Teknologi, 2022, hal. 88.

peristiwa-peristiwa selama kegiatan penelitian. Metode ini digunakan untuk memahami realitas atau fakta sosial dalam konteksnya, baik dari sudut pandang ilmiah maupun dari sudut pandang yang berkaitan dengan rekayasa manusia. Tujuan dari penelitian ini juga adalah untuk mengetahui bagaimana Pasar Slumpring di Desa Wisata Cempaka, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal, dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

## **B. Waktu dan Lokasi Penelitian**

### **1. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2025 sampai bulan Februari 2025.

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan melakukan penelitian di Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di desa Cempaka, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah. Lokasi penelitian adalah di Gardu, Cempaka, Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal, Jawa Tengah 52466.

## **C. Subjek dan Objek Penelitian**

### **1. Subjek Penelitian**

Moelong mengatakan bahwa subjek penelitian adalah pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian dan memiliki informasi penting untuk digunakan sebagai informan, dan temuan mereka akan digunakan sebagai dasar analisis penelitian.<sup>42</sup> Dalam proses pengumpulan data dan informasi dalam suatu penelitian, subjek penelitian merupakan sekelompok orang yang digunakan sebagai sumber untuk mengumpulkan informasi. Dalam penelitian ini, subjek penelitian adalah individu yang memenuhi syarat. Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik purposive sampling, yaitu dengan memilih informan berdasarkan kriteria tertentu, antara lain:

- a. 2 Pengurus Pokdarwis Desa Cempaka.

---

<sup>42</sup> Moelong, L.J, "Metodologi Penelitian," Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017, hl:19

- b. 4 Pedagang di pasar Slumpring.
  - c. 2 Pengunjung / Wisatawan.
2. Objek penelitian

Menurut Arikunto, objek penelitian mencakup variabel atau komponen yang menjadi sasaran utama untuk diamati, dikaji, dan dianalisis sesuai kebutuhan penelitian.<sup>43</sup> Selain itu, Surokim mengatakan bahwa objek penelitian memiliki tujuan dan karakteristik tertentu. Sifat-sifat ini dapat berupa komponen kuantitatif atau kualitatif, seperti aktivitas, sikap pro dan kontra, pendapat, pandangan, penilaian, dan komponen emosional.<sup>44</sup> Objek penelitian dalam penelitian ini adalah strategi pengelola usaha kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data merupakan segala bentuk yang mampu memberikan informasi relevan untuk kebutuhan penelitian. Adapun dalam penelitian ini terdapat dua jenis sumber data, di antaranya:

##### **1. Data Primer**

Data primer merupakan jenis data yang dihimpun langsung oleh peneliti dari sumbernya untuk kebutuhan penelitian, misalnya melalui wawancara dan observasi. Dalam penelitian ini, Data utama penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung dari subjek penelitian ini bersumber pada pengelola pasar slumpring yaitu Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis), serta masyarakat yang berpartisipasi didalam program di pasar slumpring tersebut.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui sumber seperti literatur, data pustaka, dokumentasi, dan arsip resmi yang dapat

---

<sup>43</sup> Arikunto, S. "Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik." Bandung: Tarsito, 2010, hlm. 21

<sup>44</sup> Surokim dkk. "Riset Komunikasi: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula". (Jurnal Kajian Komunikasi Publik.2019) hlm. 129

mendukung penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dokumentasi, wawancara, serta data dari Pengelola Pokdarwis.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui metode wawancara, observasi, serta dokumentasi.

### 1. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan kegiatan mencatat secara sistematis berbagai pola perilaku, objek, dan peristiwa yang terjadi secara alami.<sup>45</sup> Dalam metode ini, peneliti atau kolaborator mencatat informasi berdasarkan pengalaman mereka, dengan melakukan pengamatan melalui perasaan, pendengaran, atau penglihatan, kemudian mendokumentasikannya secara objektif.<sup>46</sup>

Dengan melakukan observasi ini, peneliti dapat mengetahui tentang kondisi lingkungan desa wisata Cempaka, seperti model pasar, fasilitas dan sarana, serta bagaimana pokdarwis dalam mengelola pasar slumpring ini. Dalam proses observasi, peneliti mengkaji ketertarikan wisatawan untuk datang ke tempat wisata dan mencatat berbagai kendala yang muncul selama program, sehingga diperoleh gambaran yang sesuai dengan kondisi sebenarnya di lapangan.

### 2. Wawancara

Wawancara merupakan proses menukar informasi, orang yang melakukan wawancara dengan narasumber atau responden berbicara satu sama lain secara pribadi.<sup>47</sup> Dalam metode ini, komunikasi dilakukan secara langsung guna menukar informasi. Teknik ini efektif karena membantu pewawancara memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap jawaban responden. Melalui wawancara, peneliti memperoleh informasi yang akurat dan mendalam karena dapat mengajukan

---

<sup>45</sup> Sugiarto, Metodologi Penelitian Bisnis, (Yogyakarta: Andi, 2022), hal. 158.

<sup>46</sup> Rifkhan, Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner, (Indramayu: CV. Adanu Abimata 2023), hal. 33.

<sup>47</sup> Husein Umar, Metode Riset Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 93.

pertanyaan lanjutan sesuai jawaban responden, sehingga pemahaman terhadap subjek penelitian menjadi lebih komprehensif.

Dalam studi ini, Penelitian ini memakai metode wawancara terstruktur dengan jenis pertanyaan terbuka yang diberikan kepada beberapa partisipan, di antaranya Kepala Pengurus Pokdarwis, Manager Pasar Slumpring, Pedagang, Wisatawan. Proses pengumpulan data dari sejumlah responden dilakukan guna memperkuat pemahaman dan analisis atas implementasi program pasar slumpring ini mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa cempaka.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi berfungsi sebagai sarana untuk menelusuri dasar kebijakan, rekam jejak sejarah, dan aturan yang pernah diterapkan. Berbagai sumber seperti majalah, buku, notulensi rapat, catatan pribadi, regulasi, serta artefak bersejarah dijadikan bahan penelitian. Dokumen yang relevan dikumpulkan, dikaji secara intensif, lalu dianalisis secara komprehensif guna memperkuat keabsahan dan memastikan kebenaran suatu peristiwa.<sup>48</sup> Melalui langkah tersebut, peneliti berkesempatan memperoleh data yang akurat guna memperkuat hasil penelitian.<sup>49</sup>

Peneliti mengumpulkan data sesuai fokus penelitian melalui dokumentasi digital, seperti informasi program Pokdarwis Desa Cempaka, data pengunjung, dan keuntungan, serta dokumentasi fisik berupa foto kegiatan pasar Slumpring. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk memperkuat kajian tentang strategi peningkatan kesejahteraan masyarakat lewat program ekonomi kreatif di Desa Wisata Cempaka.

## F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan untuk menata dan mengelola informasi penelitian secara teratur dari hasil wawancara, observasi, serta

---

<sup>48</sup> Dubi Badruzaman, dkk, Metode Penelitian Kuantitatif, (Agam: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024), hal. 103.

<sup>49</sup> Hayat, Metode Penelitian Kualitatif, (Malang: Unisma Press, 2022), hal. 92.

sumber pendukung, sehingga dapat dipahami dengan jelas dan disajikan secara efektif.<sup>50</sup> Analisis data dilakukan dengan meninjau seluruh informasi yang telah dikumpulkan melalui berbagai instrumen penelitian, termasuk catatan, dokumen, dan rekaman, agar dapat diolah secara sistematis dan mudah dipahami.<sup>51</sup>

#### 1. Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dimulai dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian data yang diperoleh dikumpulkan secara menyeluruh untuk mendukung pencapaian tujuan penelitian.

#### 2. Mereduksi data

Pada proses ini, peneliti memfokuskan pada data yang relevan untuk dianalisis lebih lanjut dan mengeliminasi data yang tidak diperlukan. Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi, membuat ringkasan, serta menyoroti bagian yang berkaitan dengan fokus penelitian, sehingga hasilnya lebih sistematis.

#### 3. Penyajian data

Pada tahap ini, data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi disusun secara sistematis sehingga menghasilkan informasi yang terstruktur, dengan tujuan memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena penelitian.

#### 4. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir analisis data dilakukan dengan menyusun kesimpulan berdasarkan temuan penelitian, sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai objek kajian. Pada tahap ini peneliti berupaya untuk menyampaikan kesimpulan data yang diperoleh sebelumnya. Pada langkah ini, peneliti merumuskan kesimpulan

---

<sup>50</sup> Muhamad Afifuddin Nur, Made, "Pengolahan Data," (Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi, 2024), hal. 166.

<sup>51</sup> Muhammad Ramdhan, Metode Penelitian, (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), hal. 87.

berdasarkan hasil penelitian guna menjawab tujuan penelitian, sekaligus melakukan pengecekan kembali untuk memastikan kebenaran hasil. Apabila data yang diperoleh terbukti valid dan konsisten, maka hasilnya dapat dipercaya atau kredibel. Setelah itu, dilakukan verifikasi dengan temuan berikutnya agar kesimpulan mampu menggambarkan objek yang sebelumnya belum jelas menjadi lebih terperinci.



## **BAB VI**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Desa Cempaka**

Dalam gambaran yang dideskripsikan menyajikan profil umum desa mencakup kondisi geografis untuk menjelaskan letak dan lingkungan fisiknya, dipaparkan Visi dan Misi sebagai arah pembangunan desa menuju kesejahteraan, struktur kepengurusan, keseluruhan data ini bertujuan untuk memberikan pemahaman utuh mengenai potensi dan mekanisme operasional Desa Wisata Cempaka.

##### **1. Profil Desa Wisata Cempaka**

Desa Cempaka terletak di Kecamatan Bumijawa, Kabupaten Tegal, Provinsi Jawa Tengah, dengan luas wilayah sekitar 424,94 hektar dan berada pada ketinggian 700 mdpl. Jumlah penduduknya mencapai 7.904 jiwa dengan 2.919 kepala keluarga, dan perekonomian masyarakat sebagian besar bergantung pada sektor pertanian serta buruh proyek. Jarak Desa Cempaka ke Kabupaten Tegal sekitar 30 kilometer, sedangkan jaraknya ke Kecamatan Bumijawa sekitar 11 kilometer. Adapun batas wilayah desa ini adalah sebelah utara dan timur berbatasan dengan Desa Gunung Agung Kecamatan Bumijawa, sebelah selatan dengan Desa Cintamanik Kecamatan Bumijawa, serta sebelah barat dengan Desa Tanggeran Kecamatan Tonjong dan Desa Gunung Agung Kecamatan Bumijawa.

Desa Cempaka termasuk dalam kategori desa tertinggal (Inpres). Selanjutnya, muncul gagasan untuk membentuk Desa Wisata Cempaka yang digagas oleh Kepala Desa periode sebelumnya, Bapak Abdul Khayyi, yang bermula dari komunitas Cempala (Cempaka Pecinta Alam). melalui pemikiran para pemuda yang disatukan oleh keinginan maka menjadi motor penggerak utama dalam mendirikan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang bertugas merancang konsep desa wisata. Anggota Cempala yang berjumlah 22 orang dan seluruhnya merupakan warga Desa Cempaka turut aktif membantu pengembangan desa wisata.

Pada awal tahun 2016, Pokdarwis Desa Wisata Cempaka secara resmi dibentuk dengan total 30 anggota. Pokdarwis ini terdiri dari anggota yang memiliki beragam latar belakang, termasuk komunitas pecinta alam, anggota BPD (Badan Pembangunan Daerah), guru, dan profesi lainnya.

Untuk memperkenalkan Desa Wisata Cempaka kepada masyarakat luas, strategi awal yang dilakukan adalah dengan menyelenggarakan Festival Bumijawa yang diprakarsai oleh Kepala Desa bersama para pemuda Desa Cempaka. Puncak dari upaya tersebut adalah peresmian Desa Wisata oleh Bupati Tegal pada 24 Agustus 2016. Pada awalnya, promosi dilakukan melalui kerja sama dengan hotel, perusahaan, dan sekolah dengan menawarkan paket wisata di Desa Cempaka.

Namun, sejak adanya Covid 19 kondisi perekonomian turun drastis bahkan terjadi penutupan area wisata, berimbas hingga mulai dibuka kembali pada tahun 2022, kondisi pasar slumpring masih belum ada peningkatan pengunjung padahal tahun 2017 sampai 2019 merupakan puncak peningkatan wisatawan terbesar yang pada awalnya jumlah wisatawan hanya berkisar sekitar 200 orang. Namun, setelah dilakukan pemasaran melalui penyebaran pamflet di media sosial seperti Facebook dan Instagram hingga menjadi viral, jumlah wisatawan meningkat menjadi sekitar 700 orang per minggu. Akibatnya, rata-rata pendapatan pedagang di Pasar Slumpring mencapai 50 juta. Setelah itu, Desa Wisata Cempaka telah menarik banyak wisatawan karena konsep tradisionalnya dan keunikan yang dimilikinya.

Desa Cempaka Kecamatan Bumijawa ditetapkan sebagai desa wisata yang menonjolkan daya tarik berupa keindahan alam yang mendukung ekonomi kerakyatan, guna meningkatkan Indeks Pendapatan Masyarakat (IPM) Desa Cempaka, dengan pengelolaan oleh Pokdarwis dan BUMDes. Penetapan status desa wisata dilakukan berdasarkan Surat Keputusan Nomor 556/18/0988/2017 yang telah disetujui oleh Kepala Dinas Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Tegal.

Desa Wisata Cempaka memiliki sejumlah destinasi wisata dan fasilitas pendukung yang dapat digunakan untuk pengembangan wisata, antara lain:

a. Wisata Air Tuk Mudal,

Aset lingkungan penting Desa Wisata Cempaka. Ini juga merupakan lokasi bersejarah tempat Pokdarwis memulai pengembangan wisata. Tuk Mudal memberi pengunjung kesempatan untuk menikmati kesegaran air asli dari mata air pegunungan dan melakukan interaksi langsung, seperti swafoto di bawah airnya. Lingkungan ekologis Tuk Mudal sangat terjaga, dengan banyak pohon besar dan hutan bambu yang berfungsi sebagai area konservasi mata air di sekelilingnya. Kawasan Pasar Slumpring memiliki Tuk Mudal yang lengkap sebagai atraksi air alami. Harga tiket masuknya hanya Rp 3.000 per orang, membuatnya sangat terjangkau. Selain itu, tempat ini berfungsi sebagai pusat kegiatan budaya tahunan Ruwat Bumi, menegaskan peran pentingnya sebagai situs alam dan tradisi.

b. Pasar Slumpring,

merupakan ikon dan destinasi wisata andalan utama Desa Wisata Cempaka yang memiliki daya tarik kunjungan paling tinggi, resmi dibentuk pada Februari 2018 setelah mendapat pendampingan dari konsultan (Hidora). Keunikan pasar ini terletak pada konsep tematiknya yang memanfaatkan lahan kosong berupa hutan bambu yang masih asri, sehingga memberikan suasana alam yang segar dan memungkinkan wisatawan untuk menikmati keindahan serta bernostalgia dengan suasana pedesaan.

Pasar ini tidak hanya berfokus pada wisata alam, tetapi juga mengintegrasikan berbagai subsektor ekonomi kreatif, di mana pengunjung dapat menikmati dan membeli aneka makanan khas desa yang langka dan otentik, serta berbagai kerajinan khas Cempaka, untuk memperkuat diferensiasi dan pengalaman, Pasar Slumpring

menerapkan model transaksi yang sepenuhnya unik, yaitu tidak menggunakan uang tunai melainkan mewajibkan pengunjung menukar uang dengan koin bambu berbentuk persegi senilai Rp 2.500 per biji. Selain kegiatan jual beli, pengunjung juga disugahi berbagai hiburan kesenian yang melibatkan masyarakat lokal, mulai dari live musik bambu (Amuba), akustik, hingga kesempatan untuk berkaraoke. Keunikan gabungan antara lokasi, produk budaya, dan sistem transaksi inilah yang menjadikan Pasar Slumpring tujuan utama wisatawan.

c. Ruwat Bumi

Merupakan acara tahunan utama di Desa Wisata Cempaka yang berasal dari tradisi yang berlangsung selama ratusan tahun di wilayah Tuk Mudal. Diadakan satu tahun sekali pada Tanggal 10 Muharam (Suro), yang merupakan bulan sakral dalam kalender Jawa, dan fungsi utamanya adalah sebagai ritual tradisi yang bertujuan untuk melestarikan alam dan menunjukkan rasa syukur kepadanya. Namun, sekarang ini telah berkembang menjadi atraksi wisata budaya. Keunikan tradisi ini terletak pada kegiatan menenggelamkan kepala kambing di dasar Tuk Mudal serta mengarak berbagai hasil bumi dalam jumlah besar. Kegiatan ini menunjukkan upaya Pokdarwis untuk menemukan nilai ekonomi dari ritual budaya kuno, menarik wisatawan yang mencari pengalaman budaya yang asli dan langka.

d. Peringatan Hari Besar

Desa Wisata Cempaka menyelenggarakan peringatan Hari Besar Nasional (Pawai Akbar), sebuah acara tetap untuk menunjukkan partisipasi dalam perayaan nasional dan untuk membangun solidaritas sosial. Biasanya, kegiatan ini dilakukan secara bersamaan oleh seluruh warga desa pada hari-hari penting seperti Hari Kemerdekaan Indonesia (17 Agustus). Area wisata Desa Cempaka, termasuk sekitar Pasar Slumpring dan Tuk Mudal,

sering menyaksikan parade besar ini. Tujuannya lebih dari sekadar memperingati peristiwa penting; itu juga bertujuan untuk meningkatkan modal sosial dan ikatan warga desa. Dalam acara ini, Desa Wisata Cempaka menunjukkan komitmennya untuk berkolaborasi dengan agenda nasional dan mendorong partisipasi masyarakat umum dalam kegiatan positif di wilayah wisata.

## **2. Visi & Misi Desa Wisata Cempaka**

Setiap desa memiliki visi dan misi yang menjadi arah pembangunan, berfungsi sebagai pegangan bagi pemerintah, masyarakat, dan organisasi desa dalam mencapai tujuan bersama. Desa Wisata Cempaka memiliki visi yakni “Prioritas Bekerja melayani masyarakat Desa Bumijawa dilandasi dengan niat ibadah demi tercapainya masyarakat Desa Bumijawa yang maju, tumbuh, sejahtera, dan berakhlakul karimah”. Sedangkan Misi Desa Wisata Cempaka berupa

- a. Mewujudkan pemerintah desa yang transparan, bersih, terbebas dari korupsi dan bentuk penyelewengan lainnya, serta membangun sinergi aktif antara pemerintah Desa Bumijawa dengan lembaga desa seperti BPD, LPMD, dan Karang Taruna sebagai simbol perjuangan pemuda.
- b. Mendorong dan mendukung kegiatan kemasyarakatan dengan menggali semua potensi yang ada dari segala Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sumber Daya Alam (SDA).
- c. Menjadikan pemerintahan yang tanggap dan aspiratif. Penataan administrasi pemerintah yang baik dan akuntabel.
- d. Membangun sarana prasarana infrastruktur berdasarkan skala prioritas.
- e. Mewujudkan pemerintah desa yang transparan, bersih, terbebas dari korupsi dan bentuk penyelewengan lainnya, serta membangun sinergi aktif antara pemerintah Desa Bumijawa dengan lembaga

desa seperti BPD, LPMD, dan Karang Taruna sebagai simbol perjuangan pemuda.

- f. Mendorong dan mendukung kegiatan kemasyarakatan dengan menggali semua potensi yang ada dari segala Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sumber Daya Alam (SDA).
- g. Menjadikan pemerintahan yang tanggap dan aspiratif. Penataan administrasi pemerintah yang baik dan akuntabel.
- h. Membangun sarana prasarana infrastruktur berdasarkan skala prioritas.

### **3. Struktur Kepengurusan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis)**

Untuk memudahkan pengelolaan Desa Wisata Cempaka, organisasi ini membentuk struktur organisasi sebagai berikut:

- a. Penasehat: Kepala Desa
- b. Ketua: Abdul khayyi
- c. Wakil Ketua: Heri Ismanto
- d. Bendahara: M. Habibi dan Khusnul Hotimah
- e. Sekretaris: Ulul Albab dan Arip Abrori
- f. Seksi Keamanan: Rokhman, Priya, Misbahul Maulana, Ajril, Alwan, Pahim, Arip Abrori, Abdul khafid, Akhmad Suwondo.
- g. Seksi Humas: Yusrizon Alwi, Yusdi Arip, Urip Agus Saputra, Mansurudin, Evi Melawati, Miladia Nur Khikmah, Ida Listia, Paijin, Aenjeli Yanuarita, Gita.
- h. Seksi Perlengkapan: Hidayatulloh, M Ali Mustopa, Ade Sugeng.
- i. Seksi Pemasaran: Tio ariano Dena Lihopa, Ulul Azmi, Nalma, Mubarak Ali Mahzumi, Vinna, Siti Rismawati, Pia.
- j. Seksi Kebersihan: Ajizah Riyanti, Sri Wahyuni, M faturrozi, Mami, Ida Tafriidha, Nur Baeti, Hiyat Tasya Purnama, Lilis Sunarti, Abdul Kharis, Ali Absor, Muhamaad Risiko.

## **B. Bentuk dan Kegiatan Usaha Ekonomi Kreatif di Desa Wisata Cempaka**

Menurut Rochmat Aldy Purnomo dalam buku ekonomi kreatif berpendapat Konsep ekonomi kreatif menempatkan budaya, warisan, dan lingkungan sebagai dasar pengembangan, di mana kreativitas tidak hanya diwujudkan melalui seni, tetapi juga melalui penerapan ilmu pengetahuan, teknologi, dan bidang rekayasa serta komunikasi. di pasar slumpring meliputi beberapa konsep:

### **1. Kreatifitas**

Merupakan keahlian Kreativitas memungkinkan terciptanya ide baru yang unik, praktis, dan dapat diterima masyarakat, sekaligus menghadirkan sesuatu yang berbeda dari sebelumnya. Di Pasar Slumpring, hal ini diwujudkan melalui pemanfaatan potensi lokal untuk menghasilkan inovasi yang khas, yang menggabungkan tiga subsektor utama ekonomi kreatif.

Kreativitas ini terwujud nyata dalam perubahan hutan bambu menjadi pasar yang unik dan kreatif. Pengelola memanfaatkan bambu sebagai bahan utama wisata, sehingga menggabungkan unsur Arsitektur dan Desain. Selain itu, mereka berfokus pada Inovasi Makanan dengan mengangkat jajanan khas desa seperti Srabi, Cukit, dan Cetot, menjadikannya ciri khas utama yang dijual. Dalam bidang Seni Pertunjukan, kesenian tradisional Kentongan diubah namanya menjadi Amuba (Alunan Musik Bambu) untuk menciptakan branding yang lebih modern dan menarik. Semua gagasan kreatif ini menjadi langkah awal yang signifikan dalam pengembangan wisata desa, karena mampu menjadikan potensi alam yang sederhana sebagai daya tarik bernilai ekonomi tinggi.

### **2. Inovasi,**

Proses inovasi dilakukan dengan mengembangkan gagasan kreatif menjadi solusi nyata berupa produk atau sistem kerja yang lebih efisien. dengan memanfaatkan potensi yang sudah ada. Pasar Slumpring berhasil melakukan inovasi dengan mengembangkan konsep lama

untuk meningkatkan kualitas dan proses di banyak bidang. Sebagai contoh, mereka meningkatkan kualitas produk di subsektor Inovasi Makanan, seperti menyajikan jajanan lokal seperti timus yang berisi kacang hijau kini dirubah menjadi isi ubi, pengemasannya menggunakan plastik, disediakannya peralatan makan, dan dikemas dengan lebih baik.

Selain itu, bidang kerajinan (*Craft*), juga mengalami perkembangan. Produk bambu lokal diperluas, tidak hanya menjual bahan mentah, tetapi diolah menjadi berbagai barang jadi seperti nampan, kotak tisu, hingga lukisan bambu. Terakhir, di bidang Seni Pertunjukan, pengelola melakukan terobosan dengan menggabungkan musik kentongan tradisional yang kini mereka sebut Amuba (Alunan Musik Bambu), dengan alat musik modern. Langkah ini adalah upaya untuk meningkatkan daya saing seni pertunjukan desa agar bisa diterima di pasar komersial.

### 3. Penemuan,

Proses Penemuan (*Invention*) ini lebih menitikberatkan pada penciptaan ide yang benar-benar baru, unik, dan bisa diakui sebagai karya, seperti halnya pembuatan aplikasi di digital yang memudahkan kegiatan sehari-hari, di Pasar Slumpring, penemuan difokuskan pada pembuatan sistem baru yang unik, yang berfungsi sebagai ciri khas (*trademark*) dan mempermudah operasional.

Penemuan yang paling penting adalah penciptaan dan penggunaan "Irat" (koin bambu) sebagai satu-satunya alat tukar. Ini membuat pengalaman pengunjung menjadi lebih unik dan membuat proses transaksi menjadi lebih sederhana. Selain itu, ada penemuan dalam strategi promosi, yaitu dengan mengadopsi iklan digital (melalui subsektor periklanan dan fotografi). Ini memungkinkan desa menggunakan platform seperti TikTok dan Instagram untuk menjangkau wisatawan dari luar daerah. Terakhir, ditemukan nilai ekonomi dalam tradisi tahunan "Ruwat Bumi". Kegiatan budaya lama

ini diubah menjadi komoditas pariwisata yang menarik pengunjung untuk datang dan menyaksikan tradisi menenggelamkan kepala kambing dan gunung hasil bumi.<sup>52</sup>

#### 4. Data Pelaku Usaha dan Pedagang

*Tabel 1.3 data Umkm pasar slumpring*

No	Nama	Jenis Usaha
1.	Nahdoh	Bakso Goreng
2.	Ibu Puroh	Urab
3.	Ibu Jami	Klepon
4.	Ibu Likhah	Nasi Ponggol
5.	Nyak Mus	Tahu Aci
6.	Ibu Tainah	Rujak
7.	Ibu Susi	Jagung Bakar
8.	Ibu Ririn	Es Jeruk
9.	Ibu Zaki	The Poci
10.	Ibu Yati	Carabikang
11.	Yanti K	Combro
12.	Ibu Nur Saadah	Cilok kaget
13.	Ibu Biha	Telor Gulung
14.	Ibu Ulyatun	Cetot
15.	Ibu Solina	Blendung
16.	Ibu Yuni	Es Kuwut
17.	Ibu Munah	Serabi
18.	Ibu Yanti	Takoyaki
19.	Ibu Urip Melani	Dawet
20.	Baroyah	Sempolan
21.	Ibu Fat	Cadil
22.	Ibu Wiwin	Es Buah Pisang
23.	Ibu Umayyah	Soto Ayam
24.	Ibu Rohannah	Ayam Bakar
25.	Ibu Azizah	Risol
26.	Ibu Um	Nasi Jagung
27.	Ibu Herning	Ketoprak
28.	Ibu Rum	Nasi Kuning
29.	Ibu Wanipah	Gethuk Singkong

Sumber: data pedagang pasar slumpring

<sup>52</sup> Purnomo, Rochmat Aldy. *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. (CV. Ziyadbooks, 2016).

### C. Penyajian Data Penelitian

#### 1. Strategi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Ekonomi Kreatif

Strategi pembangunan Strategi mencakup rencana menyeluruh yang digunakan organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan. Jika diterapkan pada pariwisata, strategi berbasis ekonomi kreatif menekankan pemanfaatan ide-ide inovatif, warisan budaya, dan teknologi sebagai penggerak utama pembangunan wisata, program Desa Wisata Cempaka bertujuan untuk menciptakan sebuah pengalaman wisata yang menonjolkan keunikan budaya dan kearifan lokal Desa Cempaka, serta memanfaatkan inovasi dan kreativitas untuk menghasilkan produk dan layanan dengan nilai jual yang tinggi. Konsep Ekonomi Kreatif ini tidak sekadar menjadikan alam atau tradisi sebagai tontonan utama, tetapi secara aktif melibatkan penduduk desa dalam seluruh proses penciptaan hingga pemasaran. Dengan demikian, setiap aspek pariwisata yang dikembangkan di Pasar Slumpring dapat memberikan manfaat ekonomi secara langsung dan berkelanjutan bagi masyarakat setempat.

Berdasarkan hasil observasi, Ekonomi Kreatif memainkan peran sentral dalam pengembangan desa wisata dengan cara mendorong masyarakat setempat untuk berkreasi. Inisiatif ini berfokus pada pengembangan dan penjualan produk lokal yang khas, seperti aneka kerajinan tangan, makanan khas daerah, dan pertunjukan seni. Melalui pengembangan produk dan layanan yang didasarkan pada kreativitas lokal, program ini secara langsung berhasil meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, Ekonomi Kreatif juga menjadi strategi pemasaran utama bagi desa wisata, terutama melalui pemanfaatan konten di media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, penelitian ini menganalisis strategi pembangunan Pokdarwis Pasar Slumpring berdasarkan klasifikasi berbagai jenis strategi yang diusulkan oleh Freddy Rangkuti, yang membagi strategi menjadi tiga tingkatan, oleh

karena itu, Strategi manajemen merupakan pendekatan makro yang fokus pada penguatan kapasitas organisasi dan masyarakat, Strategi Investasi berkaitan dengan keputusan investasi dan pengembangan program, dan Strategi Bisnis berkaitan dengan strategi fungsional seperti pemasaran dan operasional, seperti digitalisasi, untuk menilai bagaimana program ekonomi kreatif Pasar Slumpring dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Cempaka.<sup>53</sup> Ketiga jenis strategi tersebut menjadi pisau bedah utama. dan menjadi pengukur utama dari diskusi adalah:

a. Strategi Manajemen Penguatan Kapasitas Masyarakat

Dalam implementasinya Desa Wisata Cempaka ini memiliki fokus dalam pembangunan jangka Panjang, berawal dari ide para pemuda Cempaka Pecinta Alam (Cepala), yang di isi oleh para pemuda yang bersatu atas keinginan untuk mengoptimalkan potensi desa cempaka yang ada, dalam pelaksanaannya program ini meliputi beberapa tahapan meliputi pelatihan, tata kelola yang baik, dan peningkatan *soft skill* masyarakat, yang terkonsep melalui Kelompok Sadar Wisata Desa Cempaka:

Salah satu tahap awal yang dilakukan dalam strateginya adalah membangun struktur kelembagaan yang kuat, meskipun berawal dari kelompok kecil yang belum resmi, Cempaka Pecinta Alam didirikan untuk mewadahi aspirasi para pemuda yang berkeinginan memaksimalkan potensi yang ada di cempaka (tuk mudal), melalui Pemerintah desa akhirnya mendukung dengan diresmikannya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), hal ini menjadi, modal awal yang kuat untuk melakukan pembangunan, dalam prosesnya mulai dari pembangunan infrastruktur pada Tuk Mudal pada tahun 2013 mendapatkan respon positif dari para wisatawan yang berkunjung, akhirnya dilakukan mapping potensi untuk pembentukan program,

---

<sup>53</sup> Rangkuti, Freddy. Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus. (Gramedia Pustaka Utama, 2013).

dan hingga berdirinya pasar slumpring sebagai wujud bentuk ide pasar tradisional pada tahun 2017 yang dikelola bersama, dan struktural yang bersifat dinamis agar mampu mengikuti perkembangan zaman.

Strategi pengembangan masyarakat yang kedua meliputi keterbukaannya transparansi dan evaluasi rutin hal ini untuk terbentuknya kepercayaan dan memastikan program selalu terkontrol karena informasi yang terbuka wujud dari system kontrol ini dituangkan dalam evaluasi bulanan untuk seluruh pedagang maupun pengurus kelompok sadar wisata tujuannya untuk mengevaluasi kekuarangan apa saja yang terdapat di pasar, bentuk transparansi lainnya dilakukan melalui penjabaran laporan pendapatan per minggu, hal ini tentunya untuk menghindari konflik, serta menjaga kepercayaan pedagang berupa uang masuk, keluar, pendapatan per pedagang, tentunya ini sebagai pemahaman bagi para pengurus maupun pedagang tentang kondisi keuangan, terutama jika dana tidak mencukup untuk membayar insentif hal ini disampaikan langsung oleh Ketua Kelompok Sadar Wisata Pak Abdul Khayi

*“Bagaimana kita organisasi di Pokdarwis ini agar teman-teman itu memahami. Misalnya perolehan anggaran yang misalnya minggu ini tidak mencukupi untuk bisa membayar anak-anak, ya kita minta maklum. Kalau misalnya pendapatannya cukup untuk dibagikan ke teman-teman, ya kita bagikan. Yang penting transparan”*.<sup>54</sup>

Berdasarkan wawancara tersebut transparansi sangat diperlukan dalam setiap program karena keterbukaan informasi menjadi tolak ukur kepercayaan anggota, keberhasilan program ini karena proses pembangunan kepercayaan yang membutuhkan waktu panjang berhasil diwujudkan, maka dari hal tersebut para pedagang merasa nyaman, dan senang bahkan bersama-sama untuk membangun program pasar slumpring ini.

---

<sup>54</sup> hasil wawancara dengan Abdul Khayi, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 12.30 WIB

Strategi yang ketiga merupakan keberhasilannya dalam mengatasi permasalahan sosial berupa Etika Pelayanan maupun kondisi cipta suasana desa wisata, dalam hal ini Abdul Khayyi mengungkapkan bahwasannya

*“Ya kendala yang terbesar itu bagaimana menyadarkan masyarakat bahwa Desa Cempaka itu adalah desa wisata. Tentu saja kaitannya dengan Sapta Pesona. Ketika misal orang menghadapi tamu harus ramah lembut, harus senyum, dan sebagainya. Terus bagaimana hidup bersih dan sebagainya. Itu sulit untuk seperti ini. Tapi memang pelan-pelan ya bisa. Butuh waktu lah”<sup>55</sup>*

Kendala terbesar dalam Desa Wisata Cempaka adalah mengubah perilaku masyarakat, hal yang harus dilakukan dengan peningkatan *Soft Skill* dan etos kerja, Pokdarwis melakukan upaya untuk menyadarkan masyarakat tentang pentingnya sapta pesona, masyarakat harus menyadari bagaimana cara mewujudkan Desa Wisata Cempaka yaitu dengan bersikap ramah lembut, senyum saat menghadapi tamu, serta menjaga kebersihan lingkungan, Strategi yang dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata dengan melakukan Sosialisasi dari Dinas Pariwisata, maupun bekerja sama dengan berbagai kampus hal ini diungkapkan oleh pak Abdul Khayyi

*“Ya kita makanya enggak bisa berdiri sendiri. Kita tetap harus kerja sama dengan misalnya Dinas. Dengan kampus, dengan berbagai pihak untuk bisa mengedukasi dan bisa menyampaikan kepada masyarakat. Misalnya dari Dinas Pariwisata, kita kumpulkan masyarakat. "Ini lho, kalau menghadapi desa wisata itu harus seperti ini." Lah itu kita sudah lalui dengan Dinas Pariwisata, terus misalnya dengan kampus, dengan perusahaan lain seperti itu”<sup>56</sup>*

Melalui hasil wawancara diatas Kelompok Sadar Wisata melakukan Kerjasama dengan berbagai pihak hal ini merupakan

---

<sup>55</sup> hasil wawancara dengan Abdul Khayyi, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 12.30 WIB

<sup>56</sup> hasil wawancara dengan Abdul Khayyi, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 12.30 WIB

wujud dari Strategi dalam berjejaring, melalui Kerjasama berbagai pihak berusaha bersama mewujudkan Desa Wisata Cempaka yang lebih maju.

Strategi yang Keempat dilakukan melalui Peningkatan Kapasitas melalui kerjasama lintas *sector* untuk pelatihan, dalam mewujudkan kualitas dan ciri dari Desa Wisata Cempaka dalam produk serta sumber daya manusia Kelompok Sadar Wisata sangat aktif dalam melakukan Jejaring Sosial dalam hal ini Kerjasama dengan berbagai pihak, para pedagang, pengelola, serta masyarakat menjadi sasaran utama dalam peningkatan kapasitas, dalam hal ini berupa kegiatan pelatihan, sosialisasi salah satunya pihak yang terlibat dalam Kerjasama ini adalah para dinas yang ikut mendukung program ini dengan cara memberikan bantuan fasilitas, maupun pelatihan contoh nyatanya program pelatihan pengemasan (*packaging*) dari dinas perindustrian dan perdagangan (*disperindag*), sosialisasi tentang standar layanan kepada seluruh masyarakat dilakukan oleh Dinas Pariwisata, sosialisasi dan pelatihan Kesehatan dan pangan aman oleh Dinas Kesehatan, Serta melakukan Sertifikasi Halal untuk seluruh produk di Pasar Slumpring. Hal ini seperti yang dikatakan oleh Abdul Khayyi

*“Kita untuk pelatihan itu tergantung dari mana datangnya. Misalnya kayak perindustrian (Disperin), kita pelatihan packaging. Bagaimana mengemas sebuah barang dagangan agar lebih menarik, agar lebih baik. Terus misalnya dari Pariwisata, itu bagaimana sikap kita menghadapi wisatawan. Tergantung bagaimana sumbernya. Kita kan dengan Dinas banyak. Termasuk misalnya dari Kemenag, Kementerian Agama. Itu bagaimana pedagang mendapatkan sertifikasi halal. Apa saja yang harus disyaratkan. Alhamdulillah kita kan sudah sertifikasi halal semua pedagangnya. Terus misalnya dengan Dinas Kesehatan, bagaimana cara memasak yang sehat. Kita banyak dengan Dinas kerja sama itu.”<sup>57</sup>*

---

<sup>57</sup> hasil wawancara dengan Abdul Khayyi, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 12.30 WIB

Hal Serupa juga diungkapkan oleh Ibu Yanti selaku pedang pasar slumpring

*“Iya sering, sosialisasi bahan & dan peralatan harus bersih, jangan dikasih gula bibit, kan dinas kesehatan kesini ngecek makanan, masak makanan harus mateng.”*

Berdasarkan hasil observasi diatas strategi yang dilakukan adalah dengan mengembangkan jejaring dan melakukan pengembangan kapasitas pada para pedagang, pengurus pokdarwis, serta sosialisasi ke seluruh masyarakat tentang bagaimana cipta suasana yang baik sebagai Desa Wisata Cempaka. Strategi manajemen penguatan masyarakat di Pasar Slumpring dijalankan dengan fokus ganda: pengelolaan organisasi yang transparan dan pengembangan kualitas SDM.

Berdasarkan hasil Observasi ditemukan 4 Jenis Strategi yang dilakukan oleh Pengelola (Pokdarwis) dalam membangun fondasi internal yang kuat dengan membentuk kelembagaan yang dinamis (berawal dari inisiatif pemuda Cepala pada 2013) agar mudah beradaptasi. Kunci menjaga kepercayaan adalah transparansi keuangan mutlak, di mana laporan dibagikan mingguan dan dievaluasi bulanan. Hal ini, seperti diakui Pak Abdul Khayyi, krusial untuk mencegah konflik. Selain itu, strategi ini sangat fokus pada Peningkatan Modal Manusia. Untuk mengatasi masalah *soft skill* seperti penerapan Sapta Pesona (ramah dan senyum), Pokdarwis aktif menjalin kerjasama dengan Dinas Pariwisata dan Kampus untuk edukasi. Kemitraan juga diperluas ke Dinas Perindustrian dan Kemenag untuk pelatihan spesifik (packaging, kesehatan, dan Sertifikasi Halal), memastikan kualitas SDM dan produk selaras dengan tuntutan Ekonomi Kreatif modern.

b. Strategi Investasi (Pengembangan Program)

Dalam perintisannya Program Pasar Slumpring banyak mengalami penolakan, salah satunya kendalanya adalah minimnya

anggaran dalam membangun fasilitas, serta minimnya kontribusi dari para masyarakat saat diajak untuk berdagang di Pasar Slumpring hanya berjumlah 7 pedagang, saat dipromosikan menjadi Desa Wisata Cempaka kelompok sadar wisata langsung menggelar event Festival Suro yang dihadiri perwakilan 9 wisatawan mancanegara yang berlangsung 3 hari berturut-turut, dan ditutup dengan penampilan ki enthuse susmono. Ini merupakan Strategi Awal yang membuat Pasar Slumpring ini terkenal hingga penambahan pedagang sejumlah 34 pedagang dari masyarakat lokal, jika ditotal semuanya bisa mencapai 80an pedagang, berdasarkan hasil observasi peneliti menemukan beberapa contoh strategi Investasi (pengembangan program) seperti:

Strategi pengembangan yang pertama yaitu dengan mempertahankan kemandirian finansial, hal ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan terhadap bantuan dari pemerintah, Kelompok Sadar Wisata memastikan agar program Pasar Slumpring berjalan mandiri dengan cara mengelola kas organisasi, mengambil persentase dari keuntungan untuk dimasukkan kedalam biaya operasional maupun biaya pengembangan, hal ini dibuktikan dengan pengalokasian keuntungan dari pengelolaan pasar digunakan untuk pemeliharaan panggung, biaya kebersihan, ini merupakan bentuk dari Investasi model kecil secara internal untuk menjaga cipta suasana dan kondisi. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh pa Hidayatullah

*“Kita mengambil 15% dari pedagang, misalnya pedagang mendapat 5 koin saat penukaran pedagang tersebut mendapat 12.500, dan dipotong 2.500 untuk dana operasional dan perawatan”.*<sup>58</sup>

Strategi Investasi yang kedua dalam bentuk kolaborasi bersama, karena keterbatasan dana internal, dilakukan Kerjasama dengan pihak luar yang dikenal dengan nama (*Pentahelix*), merupakan wujud

---

<sup>58</sup> hasil wawancara dengan Hidayatullah, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2025 pada Pukul 10.15 WIB

kemitraan yang strategis dengan pihak luar (akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah), dalam hal ini pokdarwis berhasil melakukan dengan berbagai pihak seperti Bank Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, Teh Poci, dalam hal ini Kerjasama yang dilakukan adalah pengajuan program investasi non tunai berupa dana csr, maupun bantuan program bantuan lainnya.

Strategi Investasi yang ke tiga merupakan program pembangunan jangka panjang, dalam hal ini pokdarwis memiliki impian untuk pertumbuhan yang besar, yang memiliki rencana besar pada pembangunan infrastruktur, karena pertumbuhan harus diseimbangi dengan perbaikan infrastruktur yang memerlukan dukungan dari pemerintah seperti pengecoran lahan parkir, pelebaran lokasi perdagangan impian jangka panjang yang diharapkan adalah dengan peningkatan jumlah pedagang dari 70 orang menjadi 200- 300 orang pedagang agar semua masyarakat merasakan manfaat dari Program Pasar Slumpring ini. pendapat diatas disampaikan oleh Abdul Khayyi selaku Ketua Kelompok Sadar Wisata

*“kami sih mengharapkan di wisata ini jangan hanya sekedar 70 orang yang dagang. Tapi paling enggak 200 sampai 300 orang pedagang yang di sini. Tentu saja harus diikuti dengan pembenahan infrastruktur. Lah kalau pembenahan infrastruktur, kita memang grade-nya enggak punya, enggak punya banyak. Makanya harus hadir pemerintah. Pemerintah Kabupaten, Pemerintah Desa untuk bisa menata infrastruktur. Misalnya parkirannya di sana di lapangan. Kalau lapangannya berarti harus dicor. Lah engko (nanti), orang turun di parkir, ke sininya jalan. Sepanjang jalan ini, warga suruh dagang. Yang panen misale jengkol dijual jengkol, yang panen petai dijual petai. Itu ekonomi desa itu akan berdampak bagus. Kalau ke depan mau seperti itu”.*<sup>59</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas ditemukan 3 bentuk investasi yang di lakukan oleh Kelompok Sadar Wisata Strategi investasi Pasar Slumpring berlandaskan pada prinsip kemandirian

---

<sup>59</sup> hasil wawancara dengan Abdul Khayyi, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 12.30 WIB

finansial untuk mengurangi ketergantungan pada pemerintah desa, sebagaimana dikonfirmasi oleh Pak Hidayatullah yang menyebutkan bahwa pengelola mengambil 15% dari keuntungan pedagang untuk dialokasikan sebagai kas operasional dan pemeliharaan panggung bentuk dari investasi modal kecil internal.

Karena adanya keterbatasan anggaran untuk pembangunan besar, Pokdarwis secara strategis mengadopsi model Kolaborasi *Pentahelix*, yaitu menjalin kemitraan dengan pihak luar (seperti Bank Indonesia, BRI, dan Teh Poci) untuk mendapatkan investasi non-tunai (dana CSR atau bantuan program). Strategi ini didukung oleh Visi Pertumbuhan Jangka Panjang, di mana pengelola berambisi meningkatkan jumlah pedagang dari 70 menjadi 200–300 orang. Visi ini menuntut Investasi Infrastruktur yang masif, seperti pengecoran lahan parkir dan perluasan lokasi perdagangan. Untuk mewujudkan hal ini, Pokdarwis memerlukan intervensi Pemerintah Kabupaten/Desa, sesuai pernyataan Abdul Khayyi, agar Pasar Slumpring dapat berfungsi penuh sebagai katalisator ekonomi desa.

c. Strategi Bisnis (Pemasaran Digitalisasi)

Dalam perkembangannya Kelompok Sadar Wisata strategi bisnisnya dengan berfokus pada menciptakan daya tarik yang berbeda (*diferensiasi*) dan memanfaatkan teknologi untuk media promosi, dalam hal ini dengan memanfaatkan Tiktok, Instagram.

Strategi Pemasaran yang pertama dilakukan dengan menciptakan keunggulan yang branding yang berbeda yaitu penyajian kuliner tradisional khas desa cempaka seperti getuk, nasi jagung, ongol-ongol yang sulit ditemukan ditempat lain,serta menciptakan event besar sebagai media promosi seperti Festival Suro yang diselenggarakan setiap tanggal 10 Muharram.<sup>60</sup> Pernyataan ini sesuai dengan yang

---

<sup>60</sup> Porter, M. E. "Competitive Advantage. In Alih Bahasa" (Tim Penerbit Karisma Publishing, 1994), 11–12.

disampaikan oleh salah satu pengunjung pasar slumpring Hengki dari Jakarta

*“Masih kentel suasana desa orisinil, pedangnya juga pakai kebaya jadi budaya banget lah, pokoknya seru damai, makanannya juga kayak zaman dulu udah jarang yang jual, saya juga suka makanan getuk, ganyong, ya makanan yang ga ada dijakarta.”<sup>61</sup>*

Hal serupa juga disampaikan oleh Mutiara pengunjung pasar slumpring

*“mencoba kuliner tradisional jarang ditemuin, menemukan suasana yang berbeda dari tempat lainnya, sangat adem diputeri oleh suasana bambu/Pring yang bikin tenang aja gitu bawaanya, terus transaksi pake koin bambu itu unik”.<sup>62</sup>*

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa program Pasar Slumpring ini mampu menjadi daya tarik bagi wisatawan, karena penasaran akan pengalaman bertransaksi dengan koin irat, serta ingin mencoba jajanan tradisional khas Desa Wisata Cempaka.

Strategi kedua dilakukan dengan kesadaran akan pemasaran digital dan kemitraan adaktif dengan struktur kepengurusan yang dinamis pokdarwis mampu mengikuti perkembangan zaman untuk menjangkau audiens yang lebih luas salah satunya dengan pemanfaatan tim media promosi, pemasaran yang tidak lagi konvensional, dan berkembang ke digital, pengelola memanfaatkan media sosial untuk media promosi agar Fyp serta tidak tertinggal oleh wisata lain, diwujudkan dengan menjalin Kerjasama dengan hotel sekitar area wisata guci, benefit yang didapatkan oleh pihak hotel yaitu berupa promosi kembali saat event digelar serta memberikan koin bambu sebagai alat transaksi di Pasar Slumpring

Berdasarkan hasil observasi diatas dapat disimpulkan Secara keseluruhan, strategi bisnis Pasar Slumpring adalah bukti nyata

---

<sup>61</sup> hasil wawancara dengan Yongki, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2025 pada Pukul 08.30 WIB

<sup>62</sup> hasil wawancara dengan Mutiara, dilakukan pada tanggal 23 November pada Pukul 09.00 WIB

bagaimana kreativitas budaya dikawinkan dengan strategi pemasaran modern untuk mencapai daya saing tinggi.

## 2. Implementasi Program Pasar Slumpring Terhadap Peningkatan Kesejahteraan dan Perubahan Kondisi Sosial-Ekonomi Masyarakat Desa Wisata Cempaka

Kesejahteraan sosial merupakan usaha seseorang dalam mengupayakan pemenuhan kebutuhan pokoknya. Ini mencakup pemenuhan kebutuhan pokok, antara lain pangan, papan, air bersih, pendidikan, lapangan kerja, serta penghasilan yang layak. Untuk meningkatkan taraf hidup juga diutarakan dalam Undang-Undang no 11 Tahun 2009 Kesejahteraan masyarakat diartikan sebagai keadaan terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial agar dapat hidup layak serta mengembangkan diri untuk menjalankan fungsi sosial. Kebutuhan material mencakup pendapatan, pangan, sandang, papan, dan kesehatan, sementara kebutuhan spiritual terkait dengan pendidikan dan ketenangan hidup.<sup>63</sup>

Desa Wisata Cempaka berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dari segi pendapatan, dengan kondisi masyarakat yang awalnya tidak memiliki pekerjaan tetap dan hanya bergantung pada kiriman keluarga yang merantau, bahkan desa cempaka masuk dalam katagori desa tertinggal (*Impres*) karena mengalami kesenjangan pembangunan dibandingkan dengan desa lain dalam hal ini minim infrastruktur, akses pendidikan yang sulit, fasilitas Kesehatan yang terbatas, serta Untuk meningkatkan taraf hidup, seseorang memerlukan pemenuhan kebutuhan dasar berupa pangan, tempat tinggal, air minum, pendidikan, pekerjaan, serta pendapatan yang cukup seperti yang diungkapkan Ibu Likha sebagai salah satu masyarakat desa

---

<sup>63</sup> Indonesia, R. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial,” (Jakarta, RI, 2009).

*“Sebelum adanya pasar ini, saya bekerja sebagai ibu rumah tangga, pendapatan saya dari suami yang merantau kerja bangunan di kota, kadang saya njait baju, tukang cukur”.*<sup>64</sup>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa pendapatan yang didapatkan terkadang belum mampu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari hal ini tentunya menjadi masalah ketika ketidakmampuan untuk mencukupi kebutuhan pokok saja tidak cukup lalu bagaimana untuk memenuhi biaya yang lain seperti pendidikan, Pemenuhan kebutuhan ini bertujuan meningkatkan kualitas hidup, melepaskan masyarakat dari kemiskinan, ketidakberdayaan, serta kekhawatiran batin, demi terciptanya kondisi yang aman, damai, dan sejahtera.

Salah satu penyebab mendasar yang menimbulkan ketidakmerataan lapangan pekerjaan adalah lokasi geografis Pembangunan sosial biasanya dilakukan di pusat kota, memberikan lebih banyak lapangan pekerjaan, sehingga daerah pedesaan hampir tidak memiliki lapangan pekerjaan. Karena letaknya, kebanyakan lapangan pekerjaan di daerah pedesaan adalah buruh harian, kuli, petani bagi mereka yang tinggal di wilayah pegunungan, berjualan di sekitar, dan Tentu saja, jenis pekerjaan ini adalah jenis pekerjaan yang hasilnya tidak sebanding dengan kebutuhan keluarga mereka, terutama karena kondisi wilayahnya yang biasanya lebih kecil mempengaruhi penghasilan mereka setiap hari. Jumlah kesenjangan yang terjadi pada masyarakat terus meningkat sebagai akibat dari kenaikan harga bahan makanan dan biaya lainnya. Dalam keadaan ekonomi yang timpang, kesejahteraan hanya dinikmati oleh kalangan kaya, sementara masyarakat miskin semakin kesulitan. Kondisi pekerjaan dan penghasilan yang tidak mencukupi menjadi penghalang bagi banyak warga desa untuk melanjutkan pendidikan tinggi.

---

<sup>64</sup> hasil wawancara dengan Ibu Likha, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 10.53 WIB

Selain dari pendapatan untuk memenuhi kebutuhan pokok, minimnya akses pekerjaan, dan sulitnya mengakses pendidikan, masalah lainnya yang dirasakan oleh masyarakat adalah kesulitan untuk mengakses fasilitas kesehatan hal ini dikarenakan desa cempaka tidak memiliki puskesmas yang beroperasi di hari tertentu saja, hal ini juga dipengaruhi oleh ketidakcocokan masyarakat dengan obat yang diberikan oleh pihak puskesmas, masyarakat lebih memilih untuk kontrol di desa lain yang jaraknya cukup jauh. hal tersebut selaras dengan perkataan ibu Yanti salah satu masyarakat yang berjualan di pasar slumpring

*“Saya biasa priksa ke dokter ida di linggapura, meskipun butuh waktu 30 menit tapi cocoknya disitu”<sup>65</sup>*

Selain itu bahkan terdapat masyarakat yang lebih memilih untuk tidak memeriksakan kesehatannya ketika sakit, hal ini diungkapkan oleh ibu wunipah selaku penjual Gethuk:

*”Saya ga pernah priksa, ini badan sakit semua, paling obat di warung tetangga saya segerumbul dapet bantuan, saya ga pernah dapet”<sup>66</sup>*

Berdasarkan beberapa hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa kondisi awal masyarakat desa cempaka mengalami kemiskinan dalam berbagai bentuk hal ini kondisi nyata masyarakat desa cempaka kesulitan memenuhi kebutuhan pokok, kekhawatiran akan ketidak sanggupan membiayai pendidikan, bahkan kesulitan untuk mengakses fasilitas kesehatan kondisi ini terjadi ketika sebelum terbentuknya Desa Wisata Cempaka.

Menurut William A. Friedlander masyarakat sangat rentan terhadap masalah sosial salah satunya kemiskinan, kriminalitas, dan pengangguran maka perlunya langkah antisipasi untuk mencegah permasalahan ini yaitu dengan berfokus pada pencegahan,

---

<sup>65</sup> hasil wawancara dengan Ibu yanti, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 11.00 WIB

<sup>66</sup> hasil wawancara dengan Ibu wunipah, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 11.45 WIB

penyembuhan, pengembangan, serta penunjang.<sup>67</sup> Dalam konteks ini Desa Wisata Cempaka berusaha mewujudkan kesejahteraan sosial ini melalui berbagai pengoptimalan objek wisata dan event kegiatan rutin yang melibatkan masyarakat dalam kegiatan ini, bahkan mampu menciptakan peningkatan pembangunan yang pesat karena kerjasama berbagai pihak, peningkatan itu bisa diukur melalui Indikator, Indikator yang digunakan dalam mengukur kesejahteraan oleh Indeks Pengembangan Masyarakat yang dipublikasikan oleh Program Pembangunan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNDP) yang meliputi 4 Aspek:

#### 1. Aspek Ekonomi

Berdasarkan hasil observasi awal, narasumber menceritakan bahwa sebelum adanya covid 19 pendapatan yang diperoleh bisa mencapai 3jt dalam satu kali penjualan, setelah adanya covid 19 mengalami penutupan lockdown hingga tahun 2022, setelah dibuka kembali wisata ini masih ramai pengunjung, bahkan terus mengalami peningkatan pendapat. Dengan adanya peningkatan ini, dapat disimpulkan bahwa Desa Wisata Cempaka memiliki peran dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitarnya.

Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan para masyarakat yang penjualan di pasar slumpring dapat disimpulkan bahwa pendapatan para pedagang rata-rata mengalami peningkatan apa lagi saat waktu liburan, keuntungan yang diperoleh dapat mencapai dua kali modal, hal ini diungkapkan oleh Ibu Yanti pedagang Takoyaki sebagai berikut:

*“pas waktu pertama kali dagang saat rame banget, keuntungan awal 1jt, bahkan pernah mencapai 2,5jt itu sehari sampai duhur, kalo nambah adonan lagi bisa sampe 3jt”*.<sup>68</sup>

<sup>67</sup> William D. Nordhaus, Ilmu makro Ekonomi, Penerjemah Haris Munandar (et al), (Jakarta: Media Global Edukasi, 2004).

<sup>68</sup> hasil wawancara dengan Ibu Yanti, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 11.00 WIB

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Likha yang berjualan nasi ponggol, beliau mengatakan:

*“Setelah ada pasar ini saya berjualan disini, ya alhamdulillah awalnya dapet untung 250rb sekarang ya 2jt alhamdulillah bisa untuk mencukupi kebutuhan saya”*.<sup>69</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Baroyah pedagang Timus mengungkapkan:

*“saya biasanya modal 500rb, dapetnya 1jt, pengunjung disini rame mas biasanya perminggu 500 pengunjung. 3 bulan ini ya lumayan mas jualan, dihari minggu dari jam 7 sampe 12 rata-rata penghasilannya 1jt bersihnya 600rb per minggu”*.<sup>70</sup>

Berdasarkan ketiga hasil wawancara diatas, program menjadi bukti nyata pendapatan yang diperoleh diatas merupakan hasil dalam 1 hari berjualan di pasar slumpring, Pendapatan yang diperoleh pedagang menyesuaikan dengan jumlah pengunjung, di mana saat musim liburan bisa meningkat dua kali lipat dibandingkan kondisi normal. Meskipun program pasar slumpring mengalami penutupan saat covid 19, sampai saat ini program ini mampu menjadi Pencegahan (*Preventive*), keberadaan Desa wisata cempaka ini mampu mencegah masalah sosial ekonomi seperti kemiskinan, pengangguran, dan ketergantungan pada bantuan pemerintah kembali muncul.<sup>71</sup>

Menurut hasil observasi peneliti yang di telah dilakukan, mengungkapkan kondisi ekonomi masyarakat sebelum dan sesudah adanya program ekonomi kreatif sangat meningkat drastis bagi masyarakat desa cempaka, yang secara tidak langsung membuat hidup mereka lebih baik hal ini terbukti dengan pendapatan yang meningkat secara drastis, dan meningkatkan kemandirian masyarakat, yang pada

---

<sup>69</sup> hasil wawancara dengan Ibu Likha, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 10.53 WIB

<sup>70</sup> hasil wawancara dengan Ibu Baroyah, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 10.53 WIB

<sup>71</sup> William D. Nordhaus, Ilmu makro Ekonomi, Penerjemah Haris Munandar (et al), (Jakarta: Media Global Edukasi, 2004).

awalnya rata-rata masyarakat bergantung pada transferan dari keluarga yang merantau, dan bergantung pada program pemerintah hal ini sejalan dengan pendapat Ibu Wunipah pedagang Getuk mengungkapkan

*“dulu saya hanya bekerja sebagai ibu rumah tangga, pendapatan saya dari suami kerja serabutan. tapi karena saya berjualan disini saya tidak mendapat bantuan dari pemerintah”*.<sup>72</sup>

Dari hasil di atas membuktikan bahwa Desa wisata cempaka telah berhasil menciptakan sektor perekonomian baru untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari di desa sendiri, perubahan ini membuktikan desa cempaka sudah berubah dari sebelumnya desa tertinggal (*impres*), sekarang menjadi desa mandiri. Desa Wisata Cempaka telah mengembangkan kemampuan ekonomi, sosial, dan kemandirian masyarakat dengan sukses. Desa berkembang dari desa tertinggal menjadi desa mandiri, yang menunjukkan keberhasilan pembangunan sosial dan ekonomi, dan masyarakat yang dulunya tidak memiliki sumber pendapatan sekarang mampu memperoleh penghasilan tetap, bahkan terus meningkat.<sup>73</sup>

Program Pasar Slumpring merupakan kegiatan rutin yang dilaksanakan setiap minggu, tepatnya pada hari Minggu. Tingginya antusiasme wisatawan memberikan dampak signifikan terhadap pendapatan masyarakat sekitar. Sejak awal dibuka hingga sempat terhenti akibat lockdown COVID-19, program ini tetap berlanjut hingga sekarang. Bagi masyarakat yang ingin berjualan di Pasar Slumpring, tidak diperlukan modal besar, namun program ini mampu meningkatkan pendapatan dan memberikan kepuasan bagi para

---

<sup>72</sup> hasil wawancara dengan Ibu Wunipah, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 10.00 WIB

<sup>73</sup> William D. Nordhaus, Ilmu makro Ekonomi, Penerjemah Haris Munandar (et al), (Jakarta: Media Global Edukasi, 2004).

pelaku usaha. Manfaat ini tidak hanya dirasakan oleh pedagang, sebagaimana diungkapkan oleh pak hidayatullah selaku manager pasar slumpring mengungkapkan:

*“dengan adanya pasar slumpring perkembangan warung disepanjang jalan sudah banyak sekali, mulai dari masuk gerbang hingga keluar beberapa meter pasti ada warung, manfaat lainnya juga dirasakan oleh agen Bri Link, saat hari biasa transaksinya paling 10-20, saat hari minggu bisa sampe 30-50 transaksi, manfaat lainnya juga dirasakan oleh pedagang luar desa yang dipersilahkan berjualan di luar area pasar slumpring namun masih lingkup wisata tuk mudal”.*<sup>74</sup>

Peningkatan pendapatan juga didukung dengan adanya system bagi hasil yang menguntungkan untuk pedagang, dengan potongan 15% dari hasil penjualan, pembagian keuntungan antar pedagang dan pengurus kelompok sadar wisata digunakan untuk dana operasional dan perawatan hal ini diutarakan oleh manager pasar slumpring pak hidayatullah:

*“Kita mengambil 15% dari pedagang, misalnya pedagang mendapat 5 koin saat penukaran pedagang tersebut mendapat 12.500, dan dipotong 2.500 untuk dana operasional dan perawatan”.*<sup>75</sup>

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Desa Wisata Cempaka berperan signifikan dalam mendorong peningkatan ekonomi masyarakat. Desa ini menjadi potensi besar dalam meningkatkan pendapatan, tidak hanya bagi masyarakat Desa Cempaka tetapi juga pelaku UMKM dari desa lain, sehingga turut berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan melalui empat fungsi kesejahteraan sosial.<sup>76</sup> Fungsi pencegahan terlihat dari perannya untuk mencegah masyarakat kembali ke kemiskinan setelah pandemi.

---

<sup>74</sup> hasil wawancara dengan Hidayatullah, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2025 pada Pukul 10.15 WIB

<sup>75</sup> hasil wawancara dengan Hidayatullah, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2025 pada Pukul 10.15 WIB

<sup>76</sup> William D. Nordhaus, Ilmu makro Ekonomi, Penerjemah Haris Munandar (et al), (Jakarta: Media Global Edukasi, 2004).

## 2. Aspek Sosial

Program unggulan yang dimiliki Desa Wisata Cempaka adalah Pasar Slumpring, dalam pelaksanaannya pasar ini menyajikan konsep ekonomi kreatif dalam menginovasi, dan penemuan ditunjukkan oleh para pedagang yang menghadirkan makanan dan minuman tradisional yang unik dan menarik, melalui modifikasi jajanan tradisional menjadi berbagai bentuk olahan yang lebih variatif yang lebih menarik tentunya mampu bersaing dengan produk lain dan dinikmati seluruh kalangan usia.

Dengan adanya Desa Wisata Cempaka, kepekaan sosial masyarakatnya semakin meningkat, hal ini dibuktikan dengan adanya pertemuan setiap satu minggu untuk berbincang antar pengurus kelompok sadar wisata, selain pengurus diadakan juga pertemuan setiap satu bulan sekali yang dilakukan guna evaluasi dan silaturahmi antar pedagang yang dapat mempererat hubungan antar masyarakat. hal ini diutarakan oleh pa Abdul khayyi selaku manager pasar slumpring:

*“Setiap bulan kita melakukan pertemuan dengan pedagang untuk melakukan evaluasi, kekurangan, dan mau mengembangkan apa, lalu manfaatnya juga dirasakan oleh masyarakat ya meskipun sedikit untuk santunan yatim-piatu, ustad, maupun orang yang membutuhkan”.*<sup>77</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh pa Hidayatullah selaku manager pasar slumpring mengungkapkan:

*“Kita dari pengurus tiap minggu biasanya kumpul untuk ngobrol, dan untuk para pedagang setiap satu bulan sekali kumpul untuk evaluasi, jadwal pakaian, sharing tentang keluhan”.*<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> hasil wawancara dengan Abdul Khayi, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 12.30 WIB

<sup>78</sup> hasil wawancara dengan Hidayatullah, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2025 pada Pukul 10.15 WIB

Jiwa sosial yang dirasakan sangat positif hal ini terwujud karena kepercayaan para masyarakat terhadap pengurus pokdarwis yang selalu terbuka terhadap kritik dan saran, hal ini dibangun atas dasar modal sosial berupa kerukunan serta kepercayaan yang kuat yang menjadi asset penting dalam membangun program. Jika dikaitkan dengan Teori Pembangunan sosial (*Midgley*) adanya Program Pasar Slumpring ini mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi pertumbuhan ini diimbangi oleh proses sosial seperti pertimbangan, percakapan, dan interaksi, yang memperkuat hubungan sosial dan meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat. Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh pa hidayatullah bahwasanya:

*“bagi pedagang yang berjualan disini, kita mensyaratkan suami/ anaknya untuk gabung dalam kelompok sadar wisata, ini bentuk kerjasama untuk saling menguntungkan”.*<sup>79</sup>

Selain bentuk symbiosis mutualisme tentunya ini mampu memperkuat ikatan keluarga, yang dikonsepsi secara kreatif untuk melibatkan dan mempererat hubungan keluarga dalam kegiatan ekonomi, adanya bentuk manfaat sosialnya diwujudkan dalam gotong royong yang diwujudkan dengan adanya pertemuan rutin setiap bulannya, bahkan menjenguk apabila ada pedagang yang sakit hal ini diungkapkan langsung oleh ibu likha pedagang nasi ponggol

*“Iya ada kumpulan setiap sebulan sekali, sering ada pelatihan juga, kalo ada anggota yang sakit juga kita njenguk bareng-bareng ada bantuan juga”.*<sup>80</sup>

Berdasarkan wawancara diatas sesuai dengan penerapan fungsi kesejahteraan Desa Wisata Cempaka menjalankan fungsi sosial melalui pencegahan masalah dengan pertemuan rutin antara pengurus dan pedagang, penyembuhan lewat solidaritas saat menjenguk anggota yang sakit, pengembangan melalui pelatihan dan inovasi

---

<sup>79</sup> hasil wawancara dengan Hidayatullah, dilakukan pada tanggal 31 Agustus 2025 pada Pukul 10.40 WIB

<sup>80</sup> hasil wawancara dengan Ibu Likha, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 10.53 WIB

produk tradisional, serta penunjang lewat peran Pokdarwis yang menyediakan manajemen, forum evaluasi, dan pendampingan bagi seluruh anggota.

### 3. Aspek Pendidikan

Pendidikan merupakan bagian penting dari kehidupan manusia, dan Desa Wisata Cempaka secara tidak langsung berkontribusi pada pendidikan. Penambahan pendapatan perkapita meningkatkan kemampuan masyarakat untuk membayar pendidikan, untuk mendorong masyarakat dalam mendapatkan pendidikan yang lebih baik. Pendidikan menjadi bekal untuk generasi mendatang, melalui program pasar slumpring ini masyarakat merasa terbantu dalam memenuhi kebutuhan Pendidikan karena pendapatan yang diperoleh, namun bukan hanya untuk anaknya, manfaat yang lainnya juga langsung dirasakan oleh masyarakat yang berjualan di program pasar slumpring karena wujud dari pelatihan serta sosialisasi, dapat meningkatkan pengetahuan serta keterampilan para pedagang.

Perwujudan Pendidikan yang nyata dirasakan oleh masyarakat desa cempaka hal ini dikarenakan pengelola kelompok sadar wisata selalu bekerja sama dengan berbagai pihak kementerian universitas serta perusahaan besar, salah satu wujud nyata pendidikan yang dialami oleh masyarakat diungkapkan oleh ibu solina pedagang blendung iya mengungkapkan:

*“kemarin dari pihak Universitas Negeri Semarang gabung sama pengurus, bikin zona wisata anak, diajarin foto-foto makanannya, katanya buat dijadiin buku”*.<sup>81</sup>

Hal itu disampaikan juga oleh ibu yanti pedagang ongol-ongol iya mengungkapkan bahwa:

*“sering, sosialisasi bahan & dan peralatan harus bersih, jangan dikasih gula bibit, dinas kesehatan kesini ngecek makanan, masak makanan harus mateng”*.

---

<sup>81</sup> hasil wawancara dengan Ibu Solina, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 09.30 WIB

Menurut Hidayatullah program pasar slumpring ini sangat sering melakukan sosialisasi:

*“Kita sering diundang untuk kegiatan mas biasanya pedagang Bersama pengurus mendapat undangan 20-30 orang kemaren di Tingkat nasional dari kementerian pariwisata kita dipanggil untuk pelatihan home stay, packing makanan, dsb”.*<sup>82</sup>

Peneliti menemukan dari observasi awal Pendidikan di Desa Cempaka tergolong cukup baik, baik dalam bentuk formal maupun non-formal. Selain itu, pendidikan juga dikembangkan melalui pemberdayaan masyarakat berupa sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan melalui kolaborasi dengan berbagai pihak. Hal ini menjadi salah satu keberhasilan dalam meningkatkan kualitas SDM di Desa Wisata Cempaka melalui peningkatan tingkat pendidikan.. Di Desa Cempaka, hampir semua anak melanjutkan sekolah dasar, SMP, dan SMA, bahkan ada yang melanjutkan ke perguruan tinggi.

#### 4. Aspek Budaya

Program Pasar Slumpring berhasil berkat peran budaya dalam pengembangan masyarakat Desa Wisata Cempaka. Melalui wisata berbasis budaya lokal, masyarakat bukan hanya memperoleh keuntungan finansial, tetapi juga dapat mempertahankan, melestarikan, dan mempromosikan tradisi yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Kegiatan jual beli yang menampilkan makanan tradisional, seni, dan kearifan lokal menunjukkan bahwa program ini tidak hanya bertujuan untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga untuk memperkuat identitas budaya masyarakat.

Desa Wisata Cempaka berhasil menciptakan harmonisasi antara pelestarian budaya dan peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan adanya ruang untuk mempertahankan nilai-nilai adat, memperkenalkan praktik budaya kepada wisatawan, dan menumbuhkan rasa bangga terhadap tradisi lokal. Metode ini sejalan

---

<sup>82</sup> hasil wawancara dengan Hidayatullah, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2025 pada Pukul 10.15 WIB

dengan gagasan pembangunan masyarakat yang menempatkan budaya sebagai dasar untuk membentuk masyarakat yang kuat, mandiri, dan bertahan lama.

Pasar Slumpring muncul sebagai sebuah fenomena yang menarik karena kemampuannya dalam mengintegrasikan aspek kuliner, kerajinan (souvenir bambu), dan pengalaman bertransaksi yang unik. Dalam operasionalnya, Pasar Slumpring mewajibkan pengunjung menukarkan uang rupiah dengan Koin Bambu sebagai alat tukar resmi. Koin bambu ini, yang disiapkan oleh pengelola Desa Wisata Cempaka, menjadi elemen kunci dalam mendukung konsep tradisional yang diusung pasar. Melalui konsep ini, Pasar Slumpring tidak hanya bertujuan meningkatkan potensi UMKM di bidang kuliner Kabupaten Tegal, tetapi juga memanfaatkan kekayaan sumber daya alam setempat, khususnya bambu, sebagai penunjang utama kegiatan. Implementasi strategi unik berbasis kearifan lokal ini, sebagaimana diungkapkan oleh Mutiara salah satu pengunjung Pasar Slumpring

*“menemukan suasana yang berbeda dari tempat lainnya, sangat adem diputeri oleh suasana bambu/pring yang bikin tenang aja gitu bawaanya, terus transaksi pake koin bambu itu unik terus karena pake koin jadi simple gaperlu ada kembalian maupun cari uang yang pas”*.<sup>83</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Yongki Wisatawan dari Jakarta dia berpendapat bahwa :

*“Masih kentel suasana desa orisinil, pedangnya juga pakai kebaya jadi budaya banget lah, transaksinya juga unik pake bambu, kita kan terbiasanya dijakarta pakai gris”*.<sup>84</sup>

Konsep Pasar Tradisional ini terbukti menciptakan daya tarik yang berbeda dari pasar lainnya, Irat yang digunakan dalam transaksi berupa kepingan bambu menciptakan pengalaman yang unik bagi

---

<sup>83</sup> hasil wawancara dengan Mutiara, dilakukan pada tanggal 23 November pada Pukul 09.00 WIB

<sup>84</sup> hasil wawancara dengan Yongki, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2025 pada Pukul 08.30 WIB

pengunjung, hal tersebut juga didukung dengan kebaya yang dipakai para pedagang saat berjualan, sehingga suasana pasar sangat kental akan nuansa tradisional dan budaya. Hal ini sebagai bentuk melestarikan kembali kuliner serta budaya kuno, tempat ini menjadi tempat untuk mencari jajanan tradisional yang keberadaannya sekarang sudah jarang ditemui seperti getuk, centil, cimplung, blendung, dan nasi jagung juga menjadi daya tarik wisatawan untuk mencicipi jajanan tradisional hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Mutiara salah satu pengunjung pasar slumpring

*“makanannya juga kayak zaman dulu udah jarang yang jual, saya juga suka makanan getuk, ganyong, ya makanan yang ga ada dijakarta”*.<sup>85</sup>

Bila kita kaitkan dengan teori Scheneiderman bahwasanya dalam sector budaya Desa Wisata Cempaka mampu menjaga keberlangsungan nilai budaya, adat, norma sosial yang merupakan perwujudan dari Pemeliharaan Sistem, Hal tersebut juga diwujudkan melalui monitoring, evaluasi, dan transparansi keuangan yang disampaikan setiap minggunya ini merupakan perwujudan dari *social control* agar tetap selaras dengan nilai dan budaya yang ada, tentunya ini bentuk perwujudan Pengawasan Sistem, melalui program ini pula terciptanya inovasi, modifikasi system transaksi, peluang usaha baru, hal ini sejalan dengan perubahan system”.<sup>86</sup> oleh karena itu, pasar Slumpring menunjukkan bagaimana budaya lokal dapat digunakan untuk membangun ekonomi, sosial, dan identitas masyarakat sehingga desa dapat menjadi mandiri dan berkelanjutan.

---

<sup>85</sup> hasil wawancara dengan Mutiara, dilakukan pada tanggal 23 November pada Pukul 09.00 WIB

<sup>86</sup> Sukmana, Oman. Dasar-dasar kesejahteraan sosial dan pekerjaan sosial. Vol. 1. UMMPress, 2022.

#### **D. Analisis Hasil dan Pembahasan Penelitian**

##### **1. Analisis Bentuk Strategi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Program Ekonomi Kreatif Pasar Slumpring Di Desa Wisata Cempaka**

Seperti yang tertera dalam BAB II, bahwa terdapat beberapa jenis penerapan strategi menurut Fredy Rangkuti, Hal ini mencerminkan kesesuaian dengan strategi yang diterapkan di Desa Wisata Cempaka. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa dalam pelaksanaan program Pasar Slumpring digunakan berbagai strategi, yaitu::

###### **a. Strategi Manajemen Penguatan Kapasitas**

Salah satu tahap awal dalam melakukan strategi adalah dengan Perumusan Strategi dalam hal ini dengan didirikannya kelompok sadar wisata (Pokdarwis), diawali dengan melakukan Assesment mendapati kelemahan terbesar desa adalah mentalitas masyarakat yang belum siap dalam menjadi pelaku wisata salah satu masalahnya kebersihan lingkungan, masyarakat yang tidak ramah, rasa tanggung jawab, masalah selanjutnya yaitu terbengkalainya potensi berupa tuk mudal.

Penerapan Strategi yang dilakukan Kelompok Sadar Wisata berupa pelatihan, dan sosialisasi contohnya seperti bimbingan teknis cara mengemas produk dari dinas perindustrian, sosialisasi kepada seluruh masyarakat dari dinas pariwisata tentang sapta pesona, pelatihan foto produk yang dilakukan oleh Universitas Negeri Semarang, Sosialisasi dan pembuatan Sertifikat halal dari kemenag, sosialisasi panga naman dari pihak puskesmas.

Strategi ini tentunya sesuai dengan Freddy Rangkuti karena berfokus pada peningkatan modal manusia dapat menambah kesempatan seseorang meningkatkan kesejahteraan. Dalam hal ini wujud strategi pengembangan lainnya berupa membangun struktur

kelembagaan yang kuat dalam hal ini Kelompok Sadar Wisata karena bersifat resmi, melakukan jejaring dengan berbagai pihak seperti kampus, dinas, perhotelan, transparansi karena selalu membagikan informasi keuangan perminggunya, evaluasi rutin dalam setiap bulannya untuk mengetahui kekurangan serta pembangunan kedepannya.

b. Strategi Investasi

Pada Perumusan Strategi awalnya Program Pasar Slumpring ini mengalami permasalahan anggaran dalam membangun fasilitas, dan kurangnya kontribusi saat awal perintisan program, Pokdarwis melihat terdapat kekuatan dari potensi alam yang melimpah berupa pohon bambu, dalam penerapan strateginya difokuskan pada berbagai jenis, pertama dengan investasi fisik berupa pemanfaatan pohon bambu untuk membangun fasilitas seperti lapak pedagang, tempat duduk, jembatan, agar biayanya murah,serta desainnya yang unik dan sangat selaras dengan konsep desa wisata, yang kedua Investasi modal sosial, yaitu dengan membangun kepercayaan pada masyarakat dengan transparansi keuangan, ini menjadikan asset yang berharga dan tidak terlihat yang memastikan seluruh warga mau berkontribusi dalam menjaga dan membangun program pasar slumpring

Strategi Investasi lainnya yaitu berupa kemandirian finansial dan sedikit mengurangi ketergantungan pada program bantuan pemerintah, strategi *penthalix* (akademisi, pemerintah, bisnis), serta program jangka panjang, perlunya dukungan dalam membangun program kedepannya agar manfaatnya lebih bisa dirasakan lebih luas lagi.

c. Strategi Bisnis pemasaran

Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam melakukan perumusan progam dengan mengidentifikasi ancaman persaingan

dengan pasar yang lain, maka strategi yang diterapkan yaitu dengan Diferensiasi produk yaitu menimbulkan pengalaman yang berbeda, atau keunikan program salah satunya dengan menciptakan koin bambu atau irat, sebagai alat transaksi serta strategi pemasaran hanya dilakukan seminggu satu kali tepatnya di hari minggu, tujuannya agar pasar tidak terlihat jenuh, dan wisatawan selalu penasaran.

Selain melalui Diferensiasi produk strategi lainnya yaitu berupa kesadaran akan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi, melalui media sosial Desa Wisata Cempaka terus mampu meningkatkan pengunjung, serta mampu bersaing dengan wisata lainnya, selain melalui medsos pemasaran lainnya dilakukan dengan bekerjasama dengan pihak perhotelan.

Melalui penjelasan rangkaian jenis strategi kapasitas SDM, Investasi, Bisnis Pemasaran yang sudah diukur dengan strategi perumusan dan penerapan strategi, maka memasuki pada tahap Strategi Penilaian, Pokdarwis tidak hanya menjalankan program, namun secara rutin melakukan evaluasi penilaian ini dapat dilihat dengan peningkatan pendapat pedagang, serta penurunan jumlah pemuda yang merantau, jika mengalami permasalahan dengan pelayanan yang menurun, dan lahan parkir yang terbatas, Pokdarwis cepat dalam menanggapi permasalahan tersebut ini bentuk evaluasi dan program berkelanjutan hal ini akan menumbuhkan rasa kepercayaan dan menjadi alasan mengapa program pasar slumpring terus berkembang, bertahan, serta konsisten dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa cempaka bertahun-tahun.

## 2. Analisis Implementasi Program Ekonomi Kreatif Pasar Slumpring Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Dan Perubahan Sosial-Ekonomi Masyarakat Di Desa Wisata Cempaka

Dalam konteks Kesejahteraan sosial Program Ekonomi Kreatif Pasar Slumpring bukan hanya kegiatan pasar mingguan, melainkan sebuah perwujudan program strategis untuk meningkatkan kesejahteraan

dan perubahan sosial-ekonomi masyarakat desa wisata cempaka. Dalam mengukur Peningkatan Kesejahteraan terdapat beberapa indikator, dalam penelitian ini indikator bersumber dari Indeks Pembangunan Masyarakat yang dipublikasikan oleh program pembangunan perserikatan bangsa-bangsa (UNDP), meliputi:

a. Peningkatan Indikator Ekonomi

Pasar Slumpring berdampak nyata pada peningkatan Ekonomi masyarakat desa cempaka, salah satunya dari segi pendapatan, sebelum adanya program ini sebagian masyarakat bergantung pada pada pekerjaan informal yang tidak stabil seperti buruh tani, ibu rumah tangga, pekerjaan musiman seperti tukang bangunan, bahkan melalui hasil penelitian terdapat seorang ibu rumah tangga yang profesinya tidak tetap kadang menjadi tukang cukur, tukang jahit. Kondisi ini membuat keterbatasan dalam memenuhi kebutuhan dasar, seperti sandang, pangan, papan, kehadiran pasar slumpring membuka akses jalur baru dalam membuka peluang perekonomian masyarakat.

Melalui Program Pasar Slumpring Desa Wisata Cempaka telah berhasil mewujudkan peningkatan Kesejahteraan yang ditinjau dari Indeks Pembangunan Manusia (IPM) UNDP, bahwa Peningkatan pendapatan menjadi indicator utama dalam melihat kesejahteraan masyarakat, peningkatan pendapatan per kapita masyarakat tidak hanya berdampak pada aspek kuantitatif melainkan peningkatan daya beli, yang memungkinkan masyarakat mengakses kebutuhan dasar dan layanan esensial, selain itu juga program pasar slumpring turut mendorong pemerataan pendapatan antar warga melalui keterlibatan masyarakat secara luas, sehingga potensi kesenjangan sosial dapat diminimalisir, hal itu terbukti dengan peningkatan pendapatan per bulan

No	Nama	Jenis Usaha	Pendapatan
1.	Ibu Likha	Nasi Ponggol	Rp.2.000.000
2.	Ibu Baroyah	Timus	Rp.1.000.000
3.	Ibu Ulyatun	Cetot,Cetil	Rp.1.500.000
4.	Ibu Nur Saadah	Cilok Kaget	Rp.1.250.000
5.	Ibu Yanti	Ongol-ongol	Rp.2.500.000
6.	Ibu Wunipah	Getuk	Rp.1.300.000
7.	Ibu Solina	Blendung	Rp. 1.000.000

Sumber: Hasil Penelitian Pedagang Pasar Slumpring

Hal ini sesuai dengan konsep kapabilitas (*capabilities*) yang disebutkan Amartya sen yang memandang pendapatan bukan sebagai tujuan akhir, melainkan sebagai sarana untuk mencapai kebutuhan yang lebih berkualitas, hal ini juga sebagai wujud nyata fungsi pengembangan (*Developmental*) menurut William A. Friendlander karena mendorong adanya penguatan struktur ekonomi masyarakat desa secara berkelanjutan.

Fungsi penyembuhan terlihat dari pemulihan ekonomi warga yang terkena dampak pandemi yang lebih rendah. Karena program wisata mampu meningkatkan kapasitas, kemandirian, dan mendorong perubahan desa menjadi desa mandiri, fungsi pengembangan menjadi yang paling dominan. Sementara itu, fungsi penunjang ditunjukkan dengan menyediakan sarana, pengelolaan, dan lingkungan sosial yang memungkinkan masyarakat menjalankan aktivitas ekonomi secara berkelanjutan.

b. Peningkatan Kualitas Pendidikan dan Peningkatan Keahlian

Dalam dunia pendidikan formal terjadinya peningkatan angka pendidikan mayoritas masyarakat melanjutkan ke tingkat SMA, bahkan ada yang melanjutkan ke perguruan tinggi seperti yang disampaikan oleh salah satu pedagang yang anaknya sedang melanjutkan pada jenjang perkuliahan di solo, bukan hanya sekolah

formal melainkan peningkatan kemampuan dan keahlian para masyarakat. Pasar Slumpring mampu menjadi pendidikan bagi para masyarakat yang bergabung dalam program Pasar Slumpring Kelompok Sadar Wisata secara rutin memberikan fasilitasi pelatihan dengan berkolaborasi dengan banyak pihak seperti Bank Indonesia, kampus, serta berbagai dinas, salah satu implementasinya meliputi Sosialisasi cara mengemas barang, Sapta Pesona, Pangan Aman.

Pelatihan serta Sosialisasi ini merupakan wujud Investasi Sumber Daya Manusia (*Human Capital Investment*), seperti yang disampaikan oleh Rezi Erdiansyah, orang yang makin terampil akan makin produktif dan punya peluang penghasilan lebih besar. Dengan memiliki keahlian baru, masyarakat Desa Cempaka menjadi tenaga kerja yang lebih berkualitas. Peningkatan keahlian ini sekaligus menjalankan Fungsi Kesejahteraan menurut William A. Friedlander, dan Richard M. Titmus yaitu sebagai Fungsi Pencegahan (*Preventive*), bahwa Kesejahteraan sosial bertujuan untuk membantu individu, keluarga, masyarakat untuk menghindari masalah baru, dalam hal ini program Pasar Slumpring mampu menjadi bekal masyarakat dalam menghadapi masalah ekonomi, dan pengangguran.

#### c. Indikator Sosial

Pasar Slumpring merupakan perwujudan nyata penguatan Modal Sosial (*Social Capital*) Sumber daya ini muncul dari interaksi sosial, yang dapat dilihat dari tingkat kepercayaan, norma saling membantu, dan jaringan yang terbentuk, bukan hanya peningkatan pertumbuhan ekonomi saja, melainkan pertumbuhan ini juga diimbangi dengan proses sosial seperti pertimbangan, percakapan, interaksi yang memperkuat hubungan sosial. Program ini berhasil menumbuhkan Partisipasi Publik yang tinggi, di mana seluruh elemen desa (pemuda, pedagang, Pokdarwis) terlibat aktif. Gotong royong dan norma timbal balik terlihat jelas dalam persiapan dan pelaksanaan pasar setiap minggunya, yang terpenting adalah terbangunnya

kepercayaan sosial karena pengelolaan dana dan kegiatan Pokdarwis yang terbuka (transparan), seperti pemaparan pemasukan berikut yang terus mengalami peningkatan:

Menurut Francis Fukuyama, kepercayaan sosial yang tinggi sangat penting karena dapat mengurangi biaya transaksi dan mempermudah kerjasama untuk inisiatif ekonomi, seperti yang terjadi di Pasar Slumpring bahwa tingginya kepercayaan sosial (*sosial trust*), yang terbangun melalui pengelolaan kegiatan secara rutin memaparkan laporan keuangan. Penguatan Modal Sosial ini pada akhirnya menjalankan Fungsi Penunjang (*Supportive*) yang memastikan semua sektor (pendapatan, pendidikan, kesehatan) dapat berjalan dengan lancar dan berkelanjutan.

Melalui hasil penelitian jika berpacu pada aspek sosial, Program Pasar Slumpring di Desa Wisata Cempaka telah terbukti meningkatkan pendapatan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan umum. Program ini berhasil membangun masyarakat yang mandiri dan berdaya melalui pemenuhan kebutuhan dasar, memperkuat hubungan sosial, meningkatkan kemampuan pedagang, dan mempertahankan kegiatan ekonomi yang berbasis budaya lokal. Kolaborasi aktif antara pedagang, keluarga, dan Pokdarwis menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi dan sosial berjalan secara seimbang dan berlandaskan nilai gotong royong, yang menjamin keuntungan yang berkelanjutan untuk generasi berikutnya.

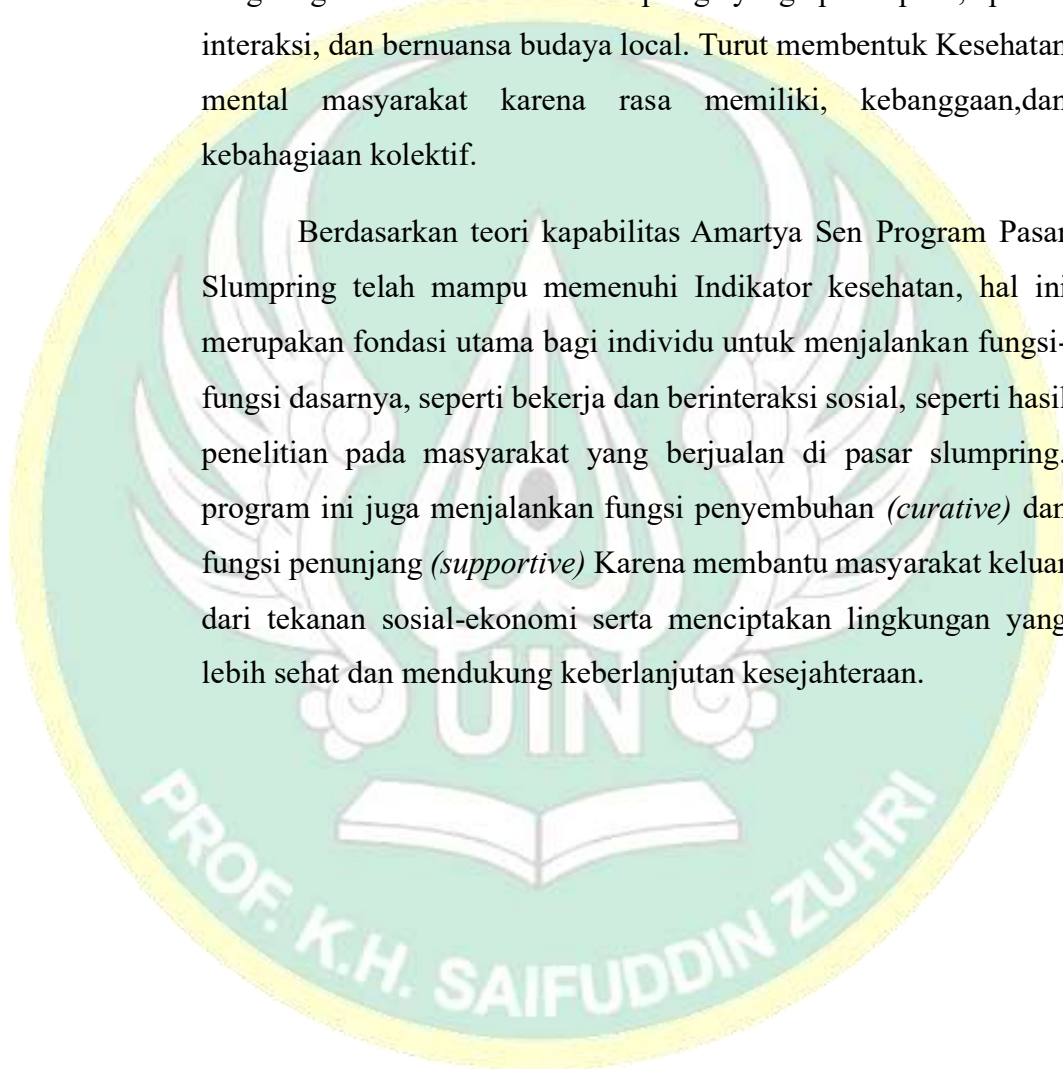
**d. Indikator akses dan Kualitas Kesehatan Manusia**

Program Pasar Slumpring juga memberikan peningkatan kualitas kesehatan masyarakat, peningkatan pendapatan yang diperoleh oleh masyarakat melalui berjualan di Pasar Slumpring menjadikan masyarakat lebih mudah memenuhi kebutuhan kesehatan, baik melalui akses fasilitas kesehatan, maupun

pemenuhan kebutuhan kesehatan seperti pemenuhan makanan bergizi, serta mampu memperhatikan sanitasi lingkungan

Kondisi seperti ini tidak dilihat dari ketiadaan penyakit, tetapi sebagai kondisi kesejahteraan fisik, mental, sosial, sebagaimana didefinisikan oleh *World Health Organization (WHO)*, Lingkungan Sosial Pasar Slumpring yang partisipatif, penuh interaksi, dan bernuansa budaya local. Turut membentuk Kesehatan mental masyarakat karena rasa memiliki, kebanggaan, dan kebahagiaan kolektif.

Berdasarkan teori kapabilitas Amartya Sen Program Pasar Slumpring telah mampu memenuhi Indikator kesehatan, hal ini merupakan fondasi utama bagi individu untuk menjalankan fungsi-fungsi dasarnya, seperti bekerja dan berinteraksi sosial, seperti hasil penelitian pada masyarakat yang berjualan di pasar slumpring. program ini juga menjalankan fungsi penyembuhan (*curative*) dan fungsi penunjang (*supportive*) Karena membantu masyarakat keluar dari tekanan sosial-ekonomi serta menciptakan lingkungan yang lebih sehat dan mendukung keberlanjutan kesejahteraan.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa implementasi Program Ekonomi Kreatif Pasar Slumpring memberikan pengaruh yang nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Wisata Cempaka. Hal ini menunjukkan bahwa program tersebut merupakan strategi yang efektif dan berhasil dalam mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif berbasis lokal. Sebelum program ini berjalan, masyarakat menghadapi berbagai bentuk kerentanan sosial-ekonomi seperti kesulitan memenuhi kebutuhan pokok, keterbatasan akses pendidikan dan kesehatan, serta rendahnya peluang kerja. Kehadiran Pasar Slumpring membawa perubahan signifikan melalui penciptaan lapangan kerja baru, peningkatan pendapatan pedagang, serta tumbuhnya aktivitas ekonomi desa secara lebih merata. Program ini tidak hanya memberikan dampak material, tetapi juga memperkuat kapasitas masyarakat melalui pelatihan, pendampingan, serta pengembangan kreativitas sehingga masyarakat mempunyai peluang yang lebih besar untuk mandiri secara ekonomi.

Program Pasar Slumpring juga mampu menghadirkan model pengembangan pariwisata berbasis budaya yang memberi ruang bagi masyarakat untuk melestarikan nilai lokal sekaligus memanfaatkannya sebagai motor penggerak ekonomi desa. Penggunaan konsep transaksi dengan koin bambu, penyajian kuliner tradisional, dan penyelenggaraan event budaya seperti Festival Suro membuat Pasar Slumpring memiliki nilai diferensiasi yang kuat dan menjadi daya tarik wisatawan. Kolaborasi Pokdarwis dengan berbagai pihak melalui model *Pentahelix* semakin menguatkan keberlanjutan program, mulai dari dukungan pemerintah, akademisi, hingga dunia usaha. Integrasi aspek budaya, kreativitas, dan pemberdayaan masyarakat ini membuktikan bahwa ekonomi kreatif mampu menjadi instrumen strategis untuk membentuk identitas desa, meningkatkan

kepercayaan diri masyarakat, dan menciptakan mobilitas sosial yang lebih baik.

## **B. Saran**

Berdasarkan pada hasil pebelitian yang didapatkan, peneliti dapat memberikan beberapa saran, berupa:

1. Bagi Pemerintah Desa, Pemerintah Daerah, dan Penyelenggara Program Desa Wisata

Diharapkan pemerintah dapat terus memberikan dukungan kepada pengembangan Pasar Slumpring baik melalui kebijakan, pendampingan, maupun penyediaan fasilitas yang menunjang keberlanjutan kegiatan ekonomi kreatif. Pemerintah juga diharapkan memperluas kolaborasi lintas sektor agar dukungan yang diberikan tidak hanya bersifat insidental, tetapi berkelanjutan terutama dalam hal penguatan infrastruktur, permodalan, promosi pariwisata, dan pendampingan UMKM lokal.

2. Bagi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Cempaka

Pokdarwis diharapkan mampu mempertahankan inovasi serta meningkatkan pengelolaan Pasar Slumpring secara lebih profesional melalui evaluasi berkala, penguatan kapasitas SDM, dan pengembangan program-program kreatif lainnya. Selain itu, Pokdarwis perlu terus menjalin kemitraan dengan akademisi, dinas terkait, dan pelaku industri agar kualitas pelayanan, standar keamanan pangan, serta strategi pemasaran digital dapat semakin optimal untuk mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat.

3. Bagi Masyarakat dan Pelaku Ekonomi Kreatif di Desa Cempaka

Masyarakat diharapkan dapat terus berpartisipasi aktif dalam memanfaatkan Pasar Slumpring sebagai ruang ekonomi kreatif, tidak hanya untuk meningkatkan pendapatan, tetapi juga untuk mengembangkan keterampilan, kreativitas, dan kualitas produk lokal. Komitmen untuk menjaga kebersihan, kualitas layanan, serta pelestarian budaya lokal sangat penting agar Pasar Slumpring tetap

memiliki daya tarik dan mampu memberikan dampak kesejahteraan jangka panjang.

5. Bagi Peneliti Selanjutnya,

Pada penelitian ini berfokus pada strategi peningkatan kesejahteraan masyarakat dengan menggunakan konsep ekonomi kreatif, Peneliti menyajikan data menggunakan data hasil wawancara dengan penelitian yang bersifat persepsional. Peneliti menyarankan peneliti selanjutnya untuk menganalisis peningkatan kesejahteraan dengan berdasarkan pada perbandingan data yang lebih luas untuk mengetahui kevalidasian data peningkatan kesejahteraan dari berbagai indikator, agar data yang diperoleh bisa dianalisis dengan menggunakan indikator yang lebih sempurna.



## DAFTAR PUSTAKA

- Smith Adam, Malthu, Konsep, Teori, Dan Paradigma. Pembangunan Pertanian Berkelanjutan Membangun Kedaulatan Pangan, Gajah mada University Press. 2023 Edisi Revisi, 7.
- Akbar, Gilang. “Peningkatan Peran Pokdarwis Melalui Program Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Optimalisasi Pengelolaan Kampung Wisata Di Pipitan,” Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara, vol: 3.2.2, 2023, 1501-1508.
- Al-fajar, “Dampak Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Ekonomi Kreatif Terhadap Peningkatan Ekonomi Di Desa Dayeuhwangi Kecamatan Lemahsugih Kabupaten Majalengka,” (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023).
- Amelia, Rahma. “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Komunitas Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta Komunitas Malang Creative Fusion”, (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya, 2016).
- Amirullah, “Manajemen Strategi Teori-Konsep-Kinerja”, Mitra Wacana Media, 2015.
- Amsari, S, Windu Anggara, “Ekonomi Kreatif”, umsu press, 2023
- Anugrahini, Triyanti, “Pengentasan Kemiskinan Perdesaan Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif, Pariwisata Dan Modal Sosial Alleviating Of Rural Poverty Through Creative Economic Development, Tourism, And Sosial Capital,” Sosio Informa Vol.5, 2019.
- Arianti, S. “Strategi Promosi Satu Harga Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syari’ah Studi Kasus Toko Serba 35.000 Jl. Soekarno Hatta Kecamatan Metro Barat Kota Metro”, (Doctoral dissertation, IAIN Metro, 2023).
- Arikunto, S. “Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik.” Bandung: Tarsito, 2010, hlm. 21
- Chatra, Afdhal, et al, “Potensi Dan Sektor Unggulan Ekonomi Desa,” Yogyakarta-Indonesia, PT. Star Digital Publishing, 2025.
- David, Fred R, “Strategic Management Concepts And Cases,” California, Prenticehall, 2011.
- Dubi Badruzaman, dkk, Metode Penelitian Kuantitatif, Agam: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2024, hal. 103.

- Fenny Rita Fiantika, dkk, "Metodologi Penelitian Kualitatif," Padang: PT. Global Eksekuif Teknologi, 2022, hal. 88.
- Fukuyama, Francis, "Guncangan besar: Kodrat manusia dan tata sosial baru," Menteng, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Haq Muhammad Irza Ardhan. "Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekonomi," (Skripsi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokertp 2024).
- hasil wawancara dengan Abdul Khayi, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 12.30 WIB
- hasil wawancara dengan Hidayatullah, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2025 pada Pukul 10.15 WIB
- hasil wawancara dengan Ibu Solina, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 09.30 WIB
- hasil wawancara dengan Ibu Yanti, dilakukan pada tanggal 23 November 2025 pada Pukul 11.00 WIB
- hasil wawancara dengan Mutiara, dilakukan pada tanggal 23 November pada Pukul 09.00 WIB
- hasil wawancara dengan Yongki, dilakukan pada tanggal 29 Juni 2025 pada Pukul 08.30 WIB
- Hayat, Metode Penelitian Kualitatif, Malang: Unisma Press, 2022, hal. 92.
- Hermawan Ahmad Rifqi, "Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran", (Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018).
- Hermawati, Nety. "Implementasi Undang-Undang Desa Nomor 6 Tahun 2014 Dalam Pengelolaan Dana Desa," *Istinbath: Jurnal Hukum* vol.16.1, 2016.
- Husein Umar, Metode Riset Bisnis, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), hal. 93.
- Indonesia, R. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Kesejahteraan Sosial," (Jakarta, RI, 2019).
- Kustanto, "Pariwisata Sebagai Salah Satu Upaya Memperoleh Devisa Bagi Pemerintah Indonesia," *Qistie* vol.12.1 2019.
- Laporan jumlah pengunjung pasar slumpring pokdarwis desa cempaka Bumijawa Tegal

- Lelono, Asmoro, et al, "The Application of Composter Reactor Technology Using The Anaerobic Fermentation Method for Processing Organic Waste at a Residential Scale," *Jurnal Inovasi Sains dan Teknologi untuk Masyarakat*, vol: 2.2 2024, 79-90.
- Lewis, O, *Kisah Lima Keluarga: Telaah-Telaah Kasus Orang Meksiko Dalam Kebudayaan Kemiskinan*. Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia.2018)
- Mayasari, Febriantoko, at al, *Digitalisasi Desa, Pilar Pembangunan Ekonomi Desa*, Penerbit, 2022.
- Moelong, L.J, "Metodologi Penelitian," Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017, hal:19
- Muhamad Afifuddin Nur, Made, "Pengolahan Data," *Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi*, 2024, hal. 166.
- Muhammad Ramdhan, *Metode Penelitian*, Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021, hal. 87.
- Nursansiwi, Dwi Arini, et all, "Strategi Peningkatan Retribusi Daerah," Jakarta, CV Kreator Cerdas Indonesia, 2022.
- Pajrin, Marizal, Ardhi, & Aqba. "Pemberdayaan Desa Wisata "Nepal Van Java" dalam Mengentaskan Kemiskinan Pasca Pandemic Covid-19," *Proficio*, vol: 5(2), 2024, 24–30.
- Porter, M. E. "Competitive Advantage. In Alih Bahasa" (Tim Penerbit Karisma Publishing, 1994), 11–12.
- Purnomo, Rochmat Aldy, "Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia", Surakarta CV. Ziyadbooks, 2016.
- Rahmanda, Effreyza, and Priyatno Harsasto, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Desa Wisata Dalam Menanggulangi Kemiskinan Studi Di Desa Cempaka Kecamatan Bumijawa Kabupaten Tegal," *Journal Of Politic and Government Studies*, (April 2019).
- Rangkuti, Freddy," *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*," Bogor, Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Rezi Erdiansyah,"*Konsep Human Capital*," *Ekonomi Sumber Daya Manusia*, 2022, 28.
- Rifkhan, *Pedoman Metodologi Penelitian Data Panel dan Kuesioner*, (Indramayu: CV. Adanu Abimata 2023), hal. 33.

- Rohman, R. Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal di Pasar Kuna Lereng Desa Petir Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas. (Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019) 27-38.
- Ruliana, R. "Dampak Pasar Kreatif Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat, Studi Kasus: Kampung Batu Serampok, Kecamatan Panjang, Kota Bandar Lampung", (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Metro,2023).
- Santoso, Aldivon Atok Pratidina. "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Program Desa Wisata Di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah." J-3P, Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan, 2019.
- Sayogi, Karina Wulan, and Argyo Demartoto, "Pengembangan Pariwisata Bahari", Journal of Development and Social Change vol.1.1, (Februari 2018):25.
- Selviana, D. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk Studi Pada Umkm Tiwul Kristal Di Binakarya Putra Kecamatan Rumbia Lampung Tengah," (Doctoral dissertation, IAIN Metro 2023).
- Sugiarto, Metodologi Penelitian Bisnis, (Yogyakarta: Andi, 2022), hal. 158.
- Sukmana, Oman. Dasar-dasar kesejahteraan sosial dan pekerjaan sosial. Vol. 1. UMMPress, 2022.
- Sumadi Suryabrata, "Metodologi Penelitian," Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998, hal. 22.
- Surokim dkk. "Riset Komunikasi: Strategi Praktis Bagi Peneliti Pemula". (Jurnal Kajian Komunikasi Publik.2019) hlm. 129
- Suryono, Agus. "Dimensi-Dimensi Prima Teori Pembangunan," Universitas Brawijaya Press, 2010.
- Sutriyanti,"Pengaturan Ekonomi Kreatif Guna Mengembangkan Sumber Ekonomi Baru."Kajian 22.4 2023: 269-280.
- Syahbudi, "Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)," Merdeka Kreasi Group, 2021.
- Syahra, Rusydi. "Modal Sosial: Konsep Dan Aplikasi," Jurnal Masyarakat dan Budaya vol: 5.1, 2003, 1-22.
- Syamsuddin, "Teori Praktis Kurikulum Usaha Dan Kebijakan Kesejahteraan Sosial: Analisis Praktik Pekerjaan Sosial PT. Nas Media Indonesia, 2025.

Teknologi, K. R. Undang Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002.

Wijayanti, L, “Strategi Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan.” *Agriekonomika*, 2(2), 2013, 139-152.

William D. Nordhaus, Ilmu makro Ekonomi, Penerjemah Haris Munandar (et al), Jakarta: Media Global Edukasi, 2004.



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## Lampiran 1 Pedoman Wawancara

### PEDOMAN WAWANCARA

#### A. Untuk Pengurus Pokdarwis / Pengelola Pasar

1. Sejak kapan Pasar Slumpring berdiri?
2. Siapa saja yang terlibat dalam pengelolaannya?
3. Apa tujuan dibentuknya Pasar Slumpring?
4. Apa strategi yang dilakukan supaya pasar ramai pengunjung?
5. Dari mana sumber dana atau dukungan untuk menjalankan pasar?
6. Bagaimana dampak pasar terhadap masyarakat sekitar?
7. Apa kendala yang sering dihadapi?
8. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?
9. Apakah ada pelatihan atau bantuan bagi pedagang?
10. Apa harapan Anda untuk pengembangan Pasar Slumpring ke depan?

#### B. Untuk Pedagang Pasar Slumpring

1. Sudah berapa lama berjualan di Pasar Slumpring?
2. Apa jenis barang/jasa yang dijual?
3. Bagaimana pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di sini?
4. Apakah pasar ini membantu ekonomi keluarga Anda?
5. Apa kendala yang sering dihadapi saat berjualan?
6. Apakah pernah mendapat pelatihan dari pihak desa atau pengelola?
7. Apa harapan Anda agar usaha semakin maju?

#### C. Untuk Pengunjung / Wisatawan

1. Dari mana Anda mengetahui tentang Pasar Slumpring?
2. Apa alasan Anda datang ke sini?
3. Bagaimana kesan Anda terhadap suasana dan produk di pasar ini?
4. Apakah harga barang di sini terjangkau?
5. Apa yang paling menarik dari pasar ini?
6. Apa saran Anda agar Pasar Slumpring bisa lebih baik lagi?

**Lampiran 2: Pedoman Observasi****PEDOMAN OBSERVASI**

1. Menggali latar belakang terbentuknya Program Pasar Slumpring dan kondisi sosial-ekonomi masyarakat sebelum dan setelah program berjalan.
2. Mengamati perubahan pola pikir, motivasi, dan partisipasi sosial masyarakat.



**Lampiran 3: Dokumentasi Penelitian**

**DOKUMENTASI KEGIATAN**



**1. Wawancara Pengurus Pokdarwis**



**2. Wawancara Pedagang**



**3. Wawancara Pengunjung**



## LAMPIRAN 4: Transkrip Wawancara

### HASIL WAWANCARA

#### A. PENGURUS POKDARWIS

INFORMAN: ABDUL KHAYYI

UMUR: 45

JABATAN: KETUA POKDARWIS

#### HASIL WAWANCARA

1. Sejarah pokdarwis?

Dulu pokdarwis diawali dengan Cempala (Cempaka pecinta alam), kita dulu sebagai anak muda memikirkan bagaimana desa ini maju, dari berbagai pemikiran pemuda akhirnya kita disatukan oleh keinginan akhirnya diskusi dan diwujudkan dalam kegiatan, setelah itu saya menjabat menjadi kepala desa, kita melakukan mapping potensi, kita mengawali dari sumber mata air (Tuk mudal), agar tidak cepat jenuh maka kita perlu menambahkan atraksi yang lain, sehingga membentuk pokdarwis untuk mengelola wisata Tuk mudak ini, setelah itu mengadakan festival bumijawa, setelah dilakukan evaluasi muncul ide membuat pasar tradisional. kami mengelola wisata air, wisata pasar.

Desa wisata cempaka?

Jadi dulu desa cempaka itu masuk ke desa Impres yaitu desa tertinggal, setelah kita melakukan mapping potensi meliputi suasana alam, sumber daya manusia, hasilnya alam yang sangat mendukung untuk lokasi wisata, masyarakatnya gemar membuat jajan dan makanan lainnya, maka potensi tersebut kami angkat menjadi wisata pasar slumpring, alhamdulillah berdampak positif bahkan sampai mendapat predikat desa mandiri, itu dari wisata

2. Sejak kapan Pasar Slumpring berdiri?

Untuk pasar slumpring dulu berdiri tahun 2017 awal, tapi sebelum pasar dibentuk dulu kelompok sadar wisata, tahun 2013 melakukan mapping potensi, kita mencari dimana tempat yang cocok, kemudian tahun 2016

kita mulai membangun infrastruktur kecil-kecilan, dan 2017 awal kita launching

Langkah dalam pembentukan

Kita bangun beberapa infrastruktur pendukung pariwisata, pembukaannya langsung mengadakan event “Festifal Suro”, yang dihadiri 9 perwakilan negara selama 3 hari dan gongnya penampilan wayang dalang ki entus

3. Siapa saja yang terlibat dalam pengelolaannya?

Dulu, anak-anak muda mas, yang tua jarang, dibentuknya dulu untuk bagaimana organisasi yang mau mengelola wisata, namun sekarang aga berbeda, karena sekarang lebih dinamis seperti dulu kan kita marketing kita hanya melakukan konvensional, sekarang udah ada digital marketing, jadi kita harus mengikuti situasi zaman, kami menyesuaikan seperti menyediakan photographer sebagai tim media, sosial media kami ada semua tiktok, Instagram ya sebagai media promosi.

4. Apa tujuan dibentuknya Pasar Slumpring?

Disini ada beberapa umkm makanan, kerajinan, sebenarnya ini muncul atas pemikiran saya sendiri bersama teman-teman, saya wujudkan kebijakan untuk bisa membangun infrastuktur pariwisata

5. Apa strategi yang dilakukan supaya pasar ramai pengunjung?

Kita melakukan evaluasi setiap satu bulan sekali, biasanya kumpul dengan warga pengurus pokdarwis untuk mengevaluasi kekurangan apa, kita mau mengembangkan apa, terus laoran pertanggung jawaban missal laporan keuangan, dsb, setiap minggu dishare ke grup

6. Dari mana sumber dana atau dukungan untuk menjalankan pasar?

Kita berupaya membangun relasi pada tahun 2018 salah satunya Bank Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, bisa untuk melakukan pembangunan.

Ya sementara kita mandiri, kita tidak bersumber dari apbdes, bumdes, jadi bagaimana mengelola keuangan pokdarwis itu bis akita kembangkan, ya kita menyisihkan kas untuk kebersihan, operasional,

disamping itu kita juga banyak melakukan Kerjasama dari Perusahaan seperti Bank Indonesia, Bank Rakyat Indonesia, The poci, ada juga Kerjasama dengan kampus-kampus seperti Universitas Pancasakti Tegal, Universitas Negeri Semarang, Harber, ini juga sedang mengajukan ke Ump.

7. Bagaimana dampak pasar terhadap masyarakat sekitar?

Dulu itu masyarakat disini hampir 50% merantau dijakarta jadi kuli bangunan. Sama pedagang, yang di sini mayoritas petani dan pedagang, ya alhamdulillah tentu saja adanya wisata ini sedikit merubah tidak terlalu banyak yang merantau di desa saja bisa mencukupi kebutuhan hari-hari

Ya tentunya tujuan awal kita untuk membangun perekonomian desa cempaka, nah ketika manfaat ini jalan dan berdampak positif pada masyarakat, tentu saja dukungannya semakin baik, nah pasar slumpring ini tidak boleh dimasuki oleh pedagang dari desa lain, hanya warga desa cempaka, karena dari tema awal kita mengkonsep pariwisata pedesaan seperi mengangkat kearifan local, budaya, dsb.

8. Apa kendala yang sering dihadapi?

Kendala terbesar kami ya bagaimana menyadarkan masyarakat, bahwa desa cempaka itu desa wisata tentunya harus sapa pesona, misalnya saat menghadapi pengunjung harus senyum, lemah lembut, bagaimana penerapan hidup bersih itu sangat sulit, kemudian di organisasinya temen-temen harus memahami perolehan anggaran, kalo tidak mencukupi untuk dibagikan yakita meminta untuk dimaklumi, kalo pendapatannya cukup ya kita akan bagikan, yang penting transparan.

Saat ini yang menantang itu bagaimana mengelola digital marketing agar tidak ketinggalan dengan wisata yang lain, jadi kita butuh masukan-masukan untuk membangun wisata ini.

9. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?

Dari masalah sapa pesona kita tidak dapat berdiri sendiri, makanya melakukan kerjasama salah satunya ke dinas, kampus, dan berbagai

pihak, agar bisa mengedukasi dan menyampaikan kepada masyarakat, contohnya dulu masyarakat dikumpulkan dan diberi materi oleh dinas pariwisata, ini loh kalo enghadapi desa wisata harus seperti ini,

10. Apakah ada pelatihan atau bantuan bagi pedagang?

Untuk pelatihan, sosialisasi itu dilakukan tergantung dengan kebutuhan yang ada, contohnya dari dinas perindustri dan perdagangan dulu memberikan pelatihan bagaimana cara pengemasan, dari dinas pariwisata materinya bagaimana sikap kita menghadapi wisatawan, dari kemenag sosialisasi tentang bagaimana pedagang bisa mengajukan persyaratan serifikasi halal untuk produknya, dari Kesehatan mensosialisasikan bagaimana cara memasak yang sehat

11. Apa harapan Anda untuk pengembangan Pasar Slumpring ke depan?

Kami mengharap wisata ini jangan sekedar 70 pedagang saja tapi paling ngga 200-300 pedagang, tapi harus diimbangi dengan perkembangan infrstruktur dan dukungan dari berbagai pihak salah satunya pemerintah kabupaten, maupun provinsi misalnya parkirannya di lapangan, maka harus di cor, nah dari parkirannya menuju pasar kan melewati permukiman, seluruh warga diharapkan berjualan, missal yang habis panen jengkol jual jengkol. hasil pertanian, sayuran, maupun buah-buahan, pasti perekonomian desa berdampak bagus.

## **B. PENGURUS POKDARWIS**

INFORMAN: HIDAYATULLAH

UMUR: 30

JABATAN: MANAGER PASAR SLUMPRING

## **HASIL WAWANACARA**

1. Sejak kapan Pasar Slumpring berdiri?

Kelompok sadar wisata waktu itu diresmikan bupati tahun 2013, awalnya fokusnya pengembangan tuk mudal, tahun 2017 ada kegiatan bumijawa festival dihadiri perwakilan 32 orang dari berbagai daerah di Indonesia, setelah itu berdiskusi untuk membuat program yang berkelanjutan, akhirnya dicetuskan program pasar yang di kabupaten

itu tidak ada, yaitu dengan memanfaatkan pohon bambu yang memang sangat banyak, dan akses jalan yang mudah.

Karena bersifat tradisional maka muncul ide untuk alat transaksinya jangan menggunakan uang karena sudah biasa ditemui di pasar lainnya, akhirnya kita mengkonsep irat

2. Siapa saja yang terlibat dalam pengelolaannya?

Dulu kami waktu merintis anggotanya masih sedikit mas, akhirnya kami membuat aturan bagi para pedagang yang berjualan di pasar slumpring suami/anaknya harus ikut membantu mengelola Bersama, itu bentuk simbiosis mutualisme.

Untuk pengurus awalnya 15 orang, dan akhirnya anggotanya bertambah banyak

3. Apa tujuan dibentuknya Pasar Slumpring?

Dulu tuk mudal hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan harian mandi,nyuci, renang, semakin lama pengunjungnya semakin rame, dari pokdarwis dulu mengembangkan beberapa wisata TBC, Bukit di Atas Awan, karena terdapat tanah bengkok yang terbengkalai akhirnya di konsep program pasar slumpring agar tidak bosan saat bermain di tuk mudal.

4. Apa strategi yang dilakukan supaya pasar ramai pengunjung?

Kita mengembangkan melalui event yang ada disekitar slumpring kita promosikan dulu ke hotel dengan menitipkan brosur contohnya hotel joglo ageng, dan cantika,kita juga bekerja sama dengan sekolah kalo sekarang kita promosinya melalui Instagram, fb, Tiktok, jadi system kerja samanya jika dari pihak hotel membawa pengunjung ke sini, kita berikan koin berdasarkan jumlah wisatawan yang dibawa, kalo dari kita saat acara juga diselingi promosi hotel melalui panggung saat jeda music.

Ya kita menciptakan suasana nuansa tradisional, alami, udara masih segar, alat transaksinya yang unik menggunakan irat, yang jarang ditemukan di tempat lain,selain itu dari dagangan para pedagang juga

berbeda- beda dan terdapat jajanan tradisional seperti cukit, blendung, awul-awul,nasi jagung,

5. Dari mana sumber dana atau dukungan untuk menjalankan pasar?

Kita mencari bantuan anggaran seperti sponsor ke bank Indonesia,dan beberapa sponsor lainnya, seringkali kita diundang oleh dinas untuk diberikan pelatihan dan diberi bantuan anggaran

6. Bagaimana dampak pasar terhadap masyarakat sekitar?

Dulu ibu-ibu setiap bulan harus menunggu transferan dari Jakarta, sekarang ya alhamdulillah kalo anak butuh uang bayar sekolah tidak harus nunggu dari tranferan dari Jakarta.

Yang dulunya para tokoh masyarakat, agama menolak adanya program alhamdulillah sekarang ikut mendukung, karena kami juga sering memberikan bantuan untuk mereka, sekarang juga banyak berdiri warung-warung disepanjang jalan menuju desa, bahkan agen Bri Link saat hari minggu transaksinya bisa jam 9 pagi sudah habis.

Ada komunitas bambu, bikin gelas, nampan,tirai, tempat lampu, itu semua dijual belikan, itu milik anggota pokdarwis, setiap ada event, atau lomba diluar kota, kita bawa kerajinan itu

7. Apa kendala yang sering dihadapi?

Waktu mbabat alas (merintis) banyak pihak yang menolak, banyak masalah salah satunya tokoh agama wisata ini ditakutkan menimbulkan kerusakan alam,tembat berbuat zina karena ada fila/hotel,

Ada segelintir masyarakat yang kurang suka, mungkin karena tidak dilibatkan dalam program,Kendala lainnya kesibukan masing-masing karena kerja.

Pokdarwis itu membawahi 4 bidang pariwisata tuk mudal, pasar slumpring, Tbc, sama Bukit diatas awan 2 wisata sudah tutup , karena permasalahan administrasi perizinan jadi yang masih bertahan wisata tuk mudal sama pasar slmpring ini.

8. Bagaimana cara mengatasi kendala tersebut?

Kita dari pengurus tiap minggu biasanya kumpul untuk ngobrol, dan untuk para pedagang setiap satu bulan sekali kumpul untuk evaluasi, jadwal pakaian, sharing tentang keluhan.

9. Apakah ada pelatihan atau bantuan bagi pedagang?

Kita sering diundang untuk kegiatan mas biasanya pedagang Bersama pengurus mendapat undangan 20-30 orang kemaren di Tingkat nasional dari kementerian pariwisata kita dipanggil untuk pelatihan home stay, packing makanan,dsb.

10. Apa harapan Anda untuk pengembangan Pasar Slumpring ke depan?

Pada bulan february nantinya banyak pembangunan yang akan dilakukan kembali, semoga kami dapat mengembangkan fasilitas yang ada, kami juga berharap banyaknya kampus yang bekerja sama dengan kita, pastinya ikut mengembangkan ide dan gagasan baru.

### C. PENGUNJUNG

INFORMAN: YONGKI

UMUR: 35

ALAMAT: JAKARTA

#### HASIL WAWANCARA

1. Dari mana Anda mengetahui tentang Pasar Slumpring?

Saya tau dari media sosial,kebetulan istri saya dari brebes dan lumayan dekat ke pasar slumpring ini.

2. Apa alasan Anda datang ke sini?

Masih kentel suasana desa orisinil, pedangnya juga pakai kebaya jadi budaya banget lah,pokoknya seru

3. Bagaimana kesan Anda terhadap suasana dan produk di pasar ini?

Seger banget mas, damai, makanannya juga kayak zaman dulu udah jarang yang jual.

4. Apakah harga barang di sini terjangkau?

Untuk harga relative murah si, masih terjangkaulah

5. Apa yang paling menarik dari pasar ini?

Nuansanya enak si kaya bangunan nya dari bambu, keliatan tradisional, saya juga suka makanan getuk,ganyong, ya makanan yang ga ada dijakarta.

6. Apa saran Anda agar Pasar Slumpring bisa lebih baik lagi?

Kembangin lagi fasilitasnya, media promosinya harus fyp biar wisatawan yang dari daerah lain tau, biar lebih rame.

#### **D. PENGUNJUNG**

INFORMAN: Mutiara

UMUR: 21

ALAMAT: Desa Watujaya, Kec. Tonjong

#### **HASIL WAWANCARA**

1. Dari mana Anda mengetahui tentang Pasar Slumpring?

kalo aku awalnya dari cerita temen yang udah berkunjung duluan

2. Apa alasan Anda datang ke sini?

mencoba kuliner tradisional yang jarang ditemui

3. Bagaimana kesan Anda terhadap suasana dan produk di pasar ini?

menemukan suasana yang berbeda dari tempat lainnya, sangat adem diputeri oleh suasana bambu/Pring yang bikin tenang aja gitu bawaanya, terus transaksi pake koin bambu itu unik

4. Apakah harga barang di sini terjangkau?

menurut saya ya terjangkau, normal sih terus karena pake koin jadi simple gaperlu ada kembali maupun cari uang yang pas

5. Apa yang paling menarik dari pasar ini?

vibesnya khas pedesaan banget+budaya banget, terus Bisa duduk memakan jajanan tradisionalnya dengan melihat dan menikmati alunan musik serta dikelilingi hutan bambu yang menenangkan

6. Apa saran Anda agar Pasar Slumpring bisa lebih baik lagi?

ini sih menurutku tempat duduk yg didepan panggung nya dikasih peneduh mbokan udan lg menikmati

#### **E. PEDAGANG**

NAMA INFORMAN:Ibu Likha

**USIA: 56 Tahun**

**ALAMAT: Desa Cempaka**

1. Sudah berapa lama berjualan di Pasar Slumpring?  
Saya berjualan disini sejak 2017
2. Apa jenis barang/jasa yang dijual?  
Untuk produk yang saya jual itu ada nasi ponggol,
3. Bagaimana pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di sini?  
Before:Sebelum adanya pasar ini, saya bekerja sebagai ibu rumah tangga, pendapatan saya dari suami yang merantau, kadang ya njait baju, tukang cukur,  
setelah ada pasar ini saya berjualan disini, ya alhamdulillah bisa untuk mencukupi kebutuhan makan, untuk biaya sekolah anak, ini bapak juga sekarang udah dirumah tidak bekerja
4. Apakah pasar ini membantu ekonomi keluarga Anda?  
Waktu awal buka ya paling masak nasi cuman 1,5kg koin yang didapat paling seratus koin keuntungan waktu dulu modalnya 200 ribu, dapetnya 250ribu.
5. Apa kendala yang sering dihadapi saat berjualan?  
Untuk masalah yang paling repot ya kalo hujan, udah masak banyak akhirnya ya dijual disekitar rumah
6. Apakah pernah mendapat pelatihan dari pihak desa atau pengelola?  
Iya ada kumpulan setiap sebulan sekali, sering ada pelatihan juga, kalo ada anggota yang sakit juga kita njenguk bareng-barengada bantuan juga.
7. Apa harapan Anda agar usaha semakin maju?  
Alhamdulillahnya banyak bangunan baru yang berdiri kaya tempat duduk baru, wahana air, dan kemarin pembukaan tempat permainan tradisional, harapannya semoga menarik banyak pengunjung, dan dikenal lebih luas lagi.

#### **F. PEDAGANG**

**NAMA INFORMAN:Ibu Yanti**

**USIA: 40**

**ALAMAT: Desa Cempaka**

1. Sudah berapa lama berjualan di Pasar Slumpring?

Saya berjualan sudah 9 tahun

2. Apa jenis barang/jasa yang dijual?

Takoyaki, es kelapa, ongol-ongol

3. Bagaimana pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di sini?

Dulu saya sebelum ada program ini jualan seblak dirumah, dulu pas waktu pertama kali dagang saat rame banget, keuntungan awal 1jt, bahkan pernah mencapai 2,5jt itu sehari mas itu sampai duhur, kalo nambah adonan lagi bisa sampe 3jt

4. Apakah pasar ini membantu ekonomi keluarga Anda?

Ya alhamdulillah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari ya lebih, bisa untuk saya kontrol Kesehatan juga, dulu waktu ada corona sempet libur lama kalo sekarang

5. Apa kendala yang sering dihadapi saat berjualan?

Namanya jualan kadang laku, kadang ga habis, kadang juga hujan

6. Apakah pernah mendapat pelatihan dari pihak desa atau pengelola?

Iya sering, sosialisasi bahan & dan peralatan harus bersih, jangan dikasih gula bibit, kan dinas kesehatan kesini ngecek makanan, masak makanan harus mateng

7. Apa harapan Anda agar usaha semakin maju?

Harapannya lebih maju, jualan nya laris, banyak yang beli, biar keuntngannya lebih banyak lagi

**G. PEDAGANG**

**NAMA INFORMAN: Ibu Wunipah**

**USIA:48 Tahun**

**ALAMAT: Desa Cempaka**

**Hasil Wawancara**

1. Sudah berapa lama berjualan di Pasar Slumpring?

Saya berjualan sudah 7 tahun disini, sejak awal berdirinya pasar slumpring

2. Apa jenis barang/jasa yang dijual?  
Getuk, centil, cimplung
3. Bagaimana pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di sini?  
Dulu saya hanya bekerja sebagai ibu rumah tangga, pendapatan saya dari suami kerja serabutan.  
Ya cukup untuk menghidupi 1 minggu, tapi karena saya berjualan disini saya tidak mendapat bantuan dari pemerintah.
4. Apakah pasar ini membantu ekonomi keluarga Anda?  
Cukup untuk kehidupan seminggu, tapi kalo ada kebutuhan sekolah anak waktu pkl 4 bulan di randudongkal pemalang, ya alhamdulillah bisa mencukupi meski ga dapet bantuan dari pemerintah.  
Dulu saya sering sakit ga pernah periksa karena belum kiriman, kalo sekarang ya kalo sakit langsung periksa
5. Apa kendala yang sering dihadapi saat berjualan?  
Kadang cuaca ga menentu mas, jadi kalo sudah nyiapin dagangan terus hujan, ya akhirnya kami harus menjualnya keliling.
6. Apakah pernah mendapat pelatihan dari pihak desa atau pengelola?  
Biasanya ada pelatihan setiap 3 bulan sekali, tapi ya ga nentu mas paling kita seringnya kumpul untuk mbahas seragam maupun penyampaian pemasukan, dan pengeluaran.
7. Apa harapan Anda agar usaha semakin maju?  
Lebih ditambahkan lagi fasilitasnya agar menambah pengujung,

## **H. PEDAGANG**

**NAMA INFORMAN: Baroyah**

**USIA: 40**

**ALAMAT: Desa Cempaka**

### **Hasil Wawancara**

1. Sudah berapa lama berjualan di Pasar Slumpring?  
Sejak 2017
2. Apa jenis barang/jasa yang dijual?  
Timus, bolu ubi

3. Bagaimana pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di sini?

Dulu kerja di pt bulu mata cabang yang dari purbalingga, saya biasanya modal 500rb, dapetnya 1jt, pengunjung disini rame mas biasanya perminggu 500 pengunjung

3 bulan ini ya lumayan mas jualan, dihari minggu dari jam 7 sampe 12 rata-rata penghasilannya 1jt bersihnya 600rb per minggu

4. Apakah pasar ini membantu ekonomi keluarga Anda?

Untuk memenuhi kebutuhan keluarga kecil 3 orang dalam satu minggu ya bisa mas, anak saya juga kebetulan kuliah di solo, ya alhamdulillah cukup untuk membiayai semesteran, biaya makan anak saya, unntuk beli kuota.

5. Apa kendala yang sering dihadapi saat berjualan?

Karena jalan perbatasan rusak parah itu ngaruh ke pengunjung mas, jadi menurun, apalagi kalo musim hujan, jalannya sudah kaya sungai yang kering.

6. Apakah pernah mendapat pelatihan dari pihak desa atau pengelola?

Biasanya 2 bulan sekali ada pertemuan, kadang mbahas untuk buat pakaian baru, sekarang udah ada 4seragam, ada kelompoknya pedagang sendiri, pengurus juga sendiri. Kadang ada sosialisasi, bank Indonesia ngasih baju, pelatihan pelayanan di slawi

7. Apa harapan Anda agar usaha semakin maju?

Semoga lingkungan, dan pembangunannya terus berkembang, biar tiap tahun pengunjung tidak merasa monoton.meskipun jajanan nya makanan tradisional tapi kalo ada yang baru mesti pengunjung tertarik untuk kesini lagi.

## **I. PEDAGANG**

**NAMA INFORMAN: Ibu Solina**

**USIA: 63**

**ALAMAT**

**Hasil Wawancara**

1. Sudah berapa lama berjualan di Pasar Slumpring?

Sejak awal adanya pasar slumpring

2. Apa jenis barang/jasa yang dijual?

blendung

3. Bagaimana pendapatan sebelum dan sesudah berjualan di sini?

Awal jualan untungnya 100-200 ribu mas, terus pas waktu ramenya rata-rata 1jt sekali dagang, ya alhamdulillah mas

4. Apakah pasar ini membantu ekonomi keluarga Anda?

Sangat membantu untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari

5. Apa kendala yang sering dihadapi saat berjualan?

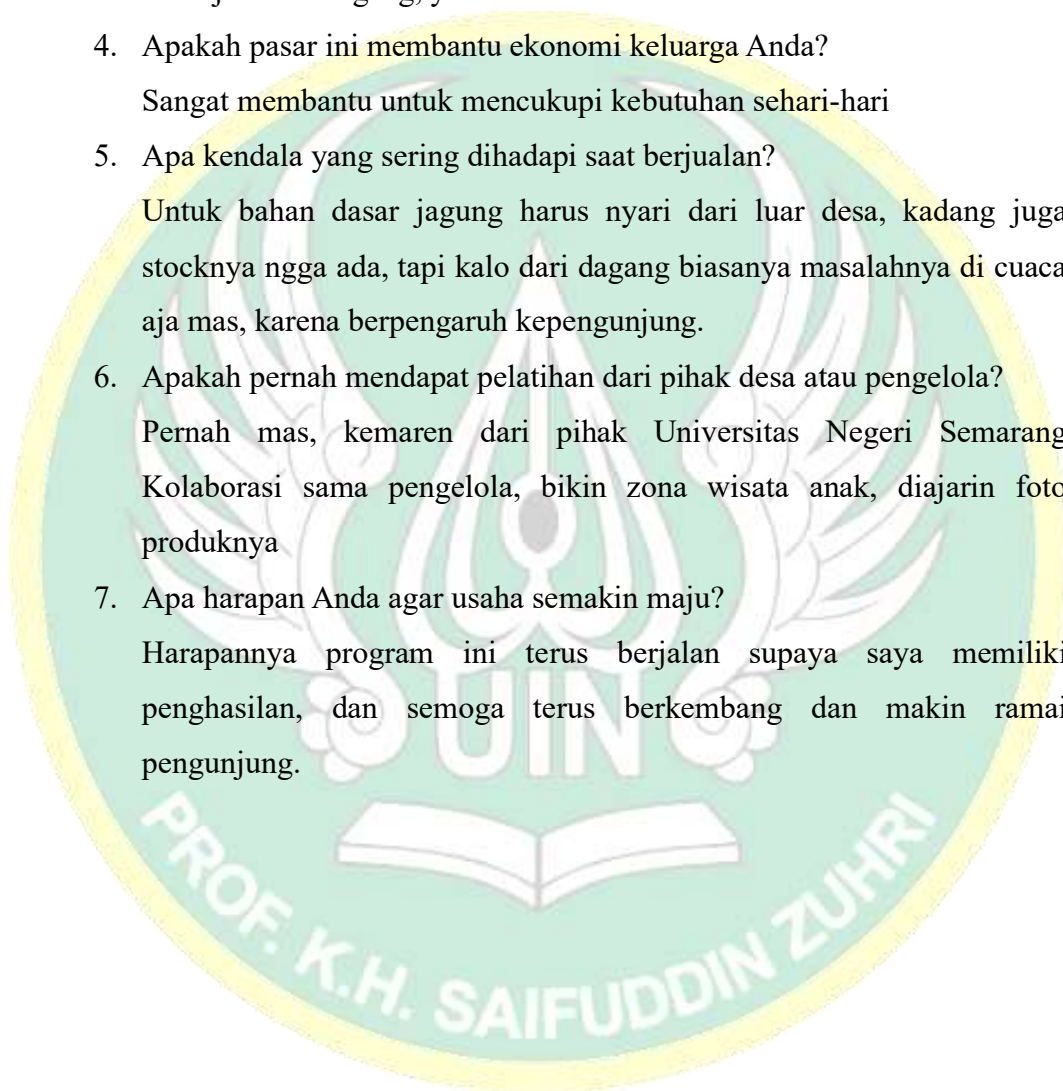
Untuk bahan dasar jagung harus nyari dari luar desa, kadang juga stocknya ngga ada, tapi kalo dari dagang biasanya masalahnya di cuaca aja mas, karena berpengaruh kepengunjung.

6. Apakah pernah mendapat pelatihan dari pihak desa atau pengelola?

Pernah mas, kemaren dari pihak Universitas Negeri Semarang Kolaborasi sama pengelola, bikin zona wisata anak, diajarin foto produknya

7. Apa harapan Anda agar usaha semakin maju?

Harapannya program ini terus berjalan supaya saya memiliki penghasilan, dan semoga terus berkembang dan makin ramai pengunjung.



**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. DATA PRIBADI**

Nama Lengkap : Nur Anwar Muqhits  
NIM : 224110104067  
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam  
Tempat Tanggal Lahir : Brebes, 24 Maret 2004  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Alamat rumah : Sokawera Rt 01 Rw 02, Kec.  
Tonjong, Kab. Brebes  
Nama ayah : UU Zaenal Muqarom  
Nama ibu : Bariyah  
No. HP : 085293567365

**B. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. Tk Pertiwi Tonjong
2. SD Negeri 1 Tonjong
3. SMP Negeri 1 Tonjong
4. SMK Negeri 01 Tonjong
5. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Daftar Riwayat ini dibuat dengan sebenar benarnya dan disusun untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Purwokerto, 5 Maret 2026

Menyatakan,



**Nur Anwar Muqhits**

NIM. 224110104067

